



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“EVALUACIÓN DE LOS FACTORES ENDÓGENOS
COMPETITIVOS DE LAS MICROEMPRESAS DE LA
URBANIZACIÓN VILLA SOL, LOS OLIVOS, 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Administrador

Autor:

Ruth Roxana Reyes Rayme

David Alexander Ugaz Aguilar

Asesor:

Mg. Lic. Oscar Rodríguez.

Lima – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Ruth Roxana Reyes Rayme y David Alexander Ugaz Aguilar**, denominada:

**“EVALUACION DE LOS FACTORES ENDÓGENOS COMPETITIVOS DE
LAS MICROEMPRESAS DE LA URBANIZACIÓN VILLA SOL, LOS OLIVOS,
2018”**

Mg. Oscar Orlando Rodríguez Vargas

ASESOR

JURADO

PRESIDENTE

JURADO

JURADO

DEDICATORIA

A Dios, ya que gracias al Él he logrado concluir mi carrera universitaria, dándome fortaleza para seguir adelante; a mis padres Jorge Reyes y María Ysabel Rayme que siempre han velado por mí bienestar y mi educación, porque me enseñaron a ser una persona humilde y que siempre debo cumplir mis objetivos. A mi novio Jorge Medina por su apoyo incondicional y a mis hermanas Patricia y Heliana. (Ruth Roxana Reyes Rayme)

Dedico esta tesis a Dios por cada paso que he dado al realizar mi tesis, cuidándome para continuar y seguir adelante, a mis padres German Ugaz y Rosario Aguilar por su apoyo incondicional, dándome consejos de que puedo lograr los objetivos que me propongo, así también a mi sobrino que, aunque todavía no nace, quiero que sepa que su tío logro sus objetivos y que siempre este orgulloso de él.
(David Alexander Ugaz Aguilar)

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento también va dirigido a la Coordinadora de la Carrera Administración de Empresas de la Universidad Privada del Norte, a la Lic. Ornella Lambruschini por darnos consejos, permitiéndonos la confianza de estar en su oficina para que nos oriente a realizar un buen trabajo.

Nuestro agradecimiento nuestro asesor temático Mg. Oscar Rodríguez y Mg. Marino García quien nos apoyó con la culminación de nuestra tesis, orientándonos sobre las correcciones que se dieron durante el transcurso del ciclo académico.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	8
1.2.1. Problema general.....	8
1.2.2. Problemas específicos.....	8
1.3. Justificación.....	9
1.4. Limitaciones	10
1.5. Objetivos	11

1.5.1.	<i>Objetivo General</i>	11
1.5.2.	<i>Objetivos Específicos</i>	11
CAPÍTULO 2.	MARCO TEÓRICO	12
2.1.	Antecedentes	12
2.2.	Bases Teóricas.....	19
2.2.1.	<i>Empresas familiares</i>	19
2.2.1.1.	<i>Definición de Empresas Familiares</i>	19
2.2.1.2.	<i>Particularidades de la empresa familiar</i>	24
2.2.2.	<i>Factores endógenos</i>	26
2.2.2.1.	<i>Definición de factores endógenos</i>	26
2.2.2.2.	<i>Características de factores endógenos</i>	28
2.2.2.3.	<i>Factores Endógenos de la competitividad</i>	34
2.2.2.4.	<i>Factores explicativos de visión patrimonial</i>	40
2.2.3.	<i>Microempresas</i>	45
2.2.3.1.	<i>Origen de la microempresa</i>	45
2.2.3.2.	<i>Características Operativas de las microempresas</i>	47
2.2.3.3.	<i>Limitaciones de las microempresas.</i>	49
2.2.3.4.	<i>Las Microempresas en el Perú</i>	52
2.2.4.	<i>Estratégicas competitivas genéricas</i>	53
2.2.4.1.	<i>Liderazgos en costes</i>	53
2.2.4.2.	<i>Diferenciación</i>	54
2.2.4.3.	<i>Focalización</i>	55
2.2.5.	<i>Emprendimiento</i>	56

2.2.5.1.	<i>Definición de emprendimiento</i>	56
2.2.5.2.	<i>Tipos de Emprendedor</i>	57
2.2.5.3.	<i>Emprendimiento en el Perú.....</i>	59
2.3.	Definición de Términos Básicos	60
CAPÍTULO 3.	HIPÓTESIS	63
3.1.	Operacionalización de Variables.....	64
CAPÍTULO 4.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	65
4.1.	Tipo de Diseño de Investigación.	65
4.2.	Material de Estudio.	66
4.2.1.	<i>Unidad de estudio.</i>	66
4.2.2.	<i>Población.</i>	66
4.2.3.	<i>Muestra.</i>	66
4.3.	Técnicas, procedimientos e instrumentos.....	68
4.3.1.	<i>Para recolectar datos.....</i>	68
4.3.2.	<i>Para analizar información.....</i>	68
CAPÍTULO 5.	RESULTADOS.....	70
5.1.	Resultados Descriptivos	70
DISCUSIÓN		76
CONCLUSIONES		78
PROPUESTAS		81

REFERENCIAS.....	89
ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.Segmento empresarial 2015-2016	53
Tabla 2.Operacionalizacion de las variables.....	64
Tabla 3.Procesamiento de datos.....	69
Tabla 4.Estadística de fiabilidad de factores endogenos competitivos	69
Tabla 5.Distribucion de frecuencias de factores endogenos competitivos	70
Tabla 6. Distribucion de frecuencias de administracion de mercadotecnia y ventas	71
Tabla 7. Distribucion de frecuencias de capacidad financiera.....	72
Tabla 8. Distribucion de frecuencias de administracion de recursos humanos	73
Tabla 9. Distribucion de frecuencias del desarrollo tecnologico e innovacion	74
Tabla 10. Distribucion de frecuencias de la estructura organizativa	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Empresas por segmento empresarial, 2016 (Fuente: INEI).....	52
Gráfico 2. Emprendimiento en el Perú. (Fuente: GEM Y Esan, 2018)	59
Gráfico 3. Factores Endógenos (Fuente: SPSS 22)	70
Gráfico 4. Administración de Mercadotecnia y Ventas (Fuente: SPSS 22)	71
Grafico. 5. Capacidad financiera (Fuente: SPSS 22)	72
Gráfico 6. Administración de Recursos Humanos (Fuente: SPSS 22)	73
Gráfico 7. Tecnológico e Innovación (Fuente: SPSS 22)	74
Gráfico 8. Estructura Organizativa (Fuente: SPSS 22).....	75

RESUMEN

La presente investigación titulada “Evaluación de los factores endógenos competitivos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018”, tuvo como objetivo general conocer el nivel de los factores endógenos competitivos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018. La metodología es de tipo básica con nivel descriptivo y de diseño no experimental transversal. La población estuvo conformada por 86 microempresas de la Urbanización Villa Sol, en Los Olivos, tomando como muestra a 70 microempresarios. La técnica empleada fue la encuesta basado en un cuestionario en el cual se formularon 25 preguntas a la unidad de análisis. La validez de los instrumentos se realizó a través de 5 jueces expertos y la confiabilidad mediante la prueba Alpha de Cronbach que dio como resultado 0,914 lo cual indica que existe un nivel excelente de confianza. Para el análisis de datos se aplicó la estadística descriptiva del cual se obtuvo tablas y gráficos de frecuencia.

Palabras claves: Factores endógenos.

ABSTRACT

The present research entitled "Evaluation of the endogenous competitive factors of the micro-enterprises of the Villa Sol Urbanization, Los Olivos, 2018", had as a general objective to know the level of the endogenous competitive factors of the micro-enterprises of the Villa Sol Urbanization, Los Olivos, 2018. The methodology is of a basic type with a descriptive level and a non-experimental transversal design. The population was confirmed by 86 micro-companies of the Villa Sol Urbanization, in Los Olivos, taking as sample to 70 microentrepreneurs. The technique used was the survey based on a questionnaire in which 25 questions were asked to the unit of analysis. The validity of the instruments was carried out through 5 expert judges and reliability using the Cronbach's Alpha test which resulted in 0.914 which indicates that there is an excellent level of confidence. For the analysis of data, descriptive statistics were applied, from which tables and frequency charts were obtained.

Keywords: Endogenous factors.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Las microempresas han ido en aumento y han impactado de manera significativa en la economía del país, han tomado notoriedad día a día en el transcurso de los años; estos negocios brindan servicios o productos, del cual generan empleos.

En el 2016, Xiaozhun Yi director general de la Organización Mundial del Comercio (OMC) menciona que las microempresas y pymes son las que constituyen el 95% de las empresas en casi todo el mundo el cual representan la inmensa mayoría de puestos de trabajo, así también de tener sostenibilidad, un trabajo estable y honrado hacia los trabajadores. En el mundo existen más de 200 millones de micro y pequeñas empresas que no cuentan con los recursos necesarios para crecer empresarialmente indicó la Corporación Financiera Internacional (IFC por sus siglas en inglés).

En América Latina existen países muy enriquecedores para realizar negocios e invertir por sus recursos naturales, espíritu emprendedor y mantienen estables su sistema político y social; sin embargo, surge la duda en inversiones grandes o de infraestructura, por lo cual el desarrollo de estos genera retrasos, indicó Gronberger el Ceo de Ipsos Region Latam ,2017. Por tal sentido el Perú se ha comportado como una economía en crecimiento donde operan aproximadamente 3,5 millones de micro y pequeñas empresas, las cuales representan el 24% del Producto Bruto Interno (PBI), refirió el Ministerio de Producción, 2018; así también el director del Centro de Liderazgo de la Universidad del Pacífico, Baltazar Caravedo Molinari menciona que si 1 de cada 10 de las microempresas que existen en el Perú se registrara en la Sunat, estarían representando hasta el 10 % del Producto Bruto Interno del país.

Según el INEI en el 2014 existieron 1, 787,857 microempresas, de los cuales Lima Metropolitana cuenta con 830,393 microempresas, dando a conocer Lima Norte con 173, 073 microempresas. Del 2007 al 2014 la reducción de porcentaje fue de un 10 %, es decir de 97.8% a un 87.8%; donde el Ministerio de Producción indicó que estas microempresas se han dado de baja, por motivos de deudas con micro financieras, confusión de flujos económicos, es decir en no cumplir con las reglas del mercado y la confusión en los lazos de afecto entre la familia y la empresa. Y en el censo realizado por el INEI en el 2015 asevera que a nivel nacional el Perú cuenta con 1, 933,525 microempresas, es decir un 94.6%, de los cuales Lima Metropolitana cuenta con 896,249, incluyendo Lima Norte con 190,698 microempresas. Se sabe que del 2014 al 2015, hubo un aumento en la cantidad de microempresas es decir en un 6.8%, esto se debió a las oportunidades de negocio, que ha ocurrido en estos años, estas personas buscan independizarse, creando sus nuevos negocios, y no trabajar para otras empresas.

A sí mismo en el último censo de estructura empresarial realizado por el INEI en el 2016, informaron que los empresarios empezaron a crecer, las microempresas ascendieron a 2'011,153 que representan el 94,7%, de los cuales Lima Metropolitana cuenta con 926,775, incluyendo Lima Norte con 198,671 de microempresas. En ese contexto Miguel Román jefe de emprendedores del banco de comercio afirma que 1 de cada 10 microempresas quiebran en el mercado y esto se debe a que cometen errores como la falta de investigación, un mal uso del préstamo, no se controlan, no innovan.

En el 2017, según el Diario Gestión, la Gerente general Jessica Luna de Comex Perú indico que en el año 2016 las microempresas y pequeñas empresas aumentan cada año, este periodo representó un 96.5%, debido a que el emprendimiento está más fuerte, pero la

informalidad es un tropiezo. Por ende, el problema es que hay 5.7 millones de empresas, y la gran parte representa el 80% de empresas familiares, que brindan empleo aproximadamente a 8.13 millones de personas, esta cifra aumento respecto al año pasado con un 7.7 millones de trabajos realizados.



Fuente. Comex Perú, 2017

Al ser empresas familiares estas representan el 65.3% de trabajos no pagados y en ese contexto como asegurar pensiones y seguros de salud a sus colaboradores; por tal si la economía no crece, las personas pierden su empleo y estos generan sus propios empleos, por eso es que las microempresas crecen, indico Jessica Luna.

Las microempresas son la oportunidad de que los negociantes muestren su imaginación y lo expresen frente a sus negocios; estas forman sus empresas a raíz de la necesidad económica. Todas estas microempresas por muy pequeños que sean, cuentan con los procesos administrativos, las cuales son: planificar, controlar, dirigir y organizar.

La mayoría de las ocasiones están contando con problemas en su gestión empresarial y que están influenciando en los factores endógenos de los microempresarios, limitándolos a realizar acciones necesarias para el crecimiento empresarial.

En el 2005, Aragón y Rubio a través de su artículo “Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales españolas” sostienen que es primordial tener una buena dirección de recursos humanos porque permite que las empresas generen rentabilidad y sean eficientes; para las empresas pequeñas son más factibles ya que hay más proximidad del trabajador con los directores, la innovación, los recursos tecnológicos y financieros también permite que las empresas crezcan y la estructura organizativa es mejor para las empresas de pocos niveles jerárquicos porque los trabajadores podrán desempeñarse mejor en sus labores.

Por tal sentido los factores endógenos o también llamado factor interno, son los elementos que repercute para el crecimiento de la empresa, estos elementos son la actitud, los conocimientos, el capital y por último la tecnología, la cual se aplicará para generar rentabilidad en la empresa. Es primordial que estos factores influyan para tener un valor sostenible en el mercado competitivo.

Olivares, et al. (2016) considera que los factores endógenos es identificar y evaluar las fuerzas y debilidades de una empresa en sus áreas funcionales.

La competitividad de las empresas sociales representa un mecanismo para lograr los efectos esperados de su operación y permitirá a estas unidades productivas lograr el propósito social por el cual fueron creadas, brindando herramientas concretas para el establecimiento de estrategias de negocios pertinentes. (p 39).

En 2016, Rocca, Domínguez y Gómez a través de su artículo “Factores determinantes del éxito competitivo de las microempresas peruanas” afirman que estas microempresas deben de establecer controles de gestión y buenas prácticas de recursos humanos, así mismo que el tamaño de la empresa tiene una relación positiva con el éxito competitivo y de igual modo pasa con la experiencia de los directivos.

A continuación, se describirá brevemente la investigación de estudio, por ello nos remontaremos en la época de los 70, con la unión de Mercurio, Villa Los Ángeles, Panamericana Norte, Parque Naranjal, Micaela Bastidas, Santa Luisa - 2da Etapa, Pro, Las Palmeras y Villa del Norte, donde se fundó el 04 de febrero del 1977 el distrito Los Olivos, presidido por el Sr. Rolando Ramos Anicama. Este distrito tuvo un gran impacto empresarial ya que el distrito se constituyó como resultado de la transformación del capital agro-comercial en capital inmobiliario, gracias a ellos se crearon urbanización de residencia y urbanizaciones industriales; que actualmente conforman el núcleo urbano más consolidado. Una de las urbanizaciones de residencia y el cual investigaremos a profundidad es Villa Sol, que tiene límites con la Panamericana Norte e Universitaria, donde hay una gran demanda de actividad comercial; esta urbanización ha sido poblada por personas que migraron a la capital para buscar nuevas oportunidades de negocios, con el fin de obtener ingresos y crecer económicamente; sin embargo, observaron la escasez de empleo que presentaba la ciudad, y comenzaron a establecerse como negociantes de su propias empresas.

En el distrito de Los Olivos existe 3729 microempresas, de los cuales una de las Urbanizaciones más conocidas, y de gran demanda del mercado es la Urbanización de Villa Sol donde hay una gran cantidad de empresarios. Actualmente la Urbanización de Villa Sol se divide en 4 etapas, de los cuales tiene 86 microempresas; entre estéticas, internet,

restaurantes, abarrotes, boticas, carpinterías, zapaterías, ferreterías, etc. En esta problemática, se encontrarán involucrados los microempresarios que iniciaron sus actividades como mínimo de 3 años de actividad comercial, ellos son quienes establecen sus objetivos a mediano o largo plazo, quienes asumen riesgos para la inversión de su capital, y así también en la gestión de sus ventas, ingresos, egresos y producción para la mejoría de su microempresa.

Actualmente se ha observado que muchas de estas microempresas nacen con el entusiasmo de los dueños para crecer empresarialmente y futuramente contar con nuevos locales, pero en corto tiempo estos negocios quiebran y otros negocios simplemente se mantienen en el mercado durante años, son pocas las empresas que logran tener más de un local; estas microempresas situadas en la Urbanización Villa Sol son familiares, donde presentan problemas en su gestión que involucra el desempeño de sus trabajadores de los cuales son informales.

Por tal experiencia, podemos inducir que los principales factores endógenos competitivos de una microempresa que influye en su crecimiento empresarial, basado en los autores de Olivares et al. en el 2016 citando a Porter, son la capacidad financiera, recursos humanos, desarrollo tecnológico e innovación, administración de la mercadotecnia y ventas y estructura organizativa.

Se ha deducido que la capacidad financiera de las microempresas han aumentado debido a las ventas por la buena calidad de producto y/o servicio, es por eso que las microfinancieras han visto una buena oportunidad en invertir en estas microempresas para que estas puedan seguir creciendo y obtener más ingresos; pero algunos microempresas han tenido problemas de conocimientos o habilidades administrativas, de cómo están llevando el manejo de las

financieras, en cuanto tiempo se realizará los pagos, porque algunos solicitan préstamos y a falta de ingresos se endeudan. También los recursos tecnológicos son fundamental para las microempresas, encontrándose en proceso de crecimiento, es una herramienta sumamente importante pues se podrá lograr la optimización y mejora de los procesos de la producción, organización, despacho, ventas y cobranza. Las microempresas en vías de crecimiento deben luchar cada día por ir de la mano con los avances de los recursos tecnológicos y así adaptarse a ellos, con el fin de acelerar sus procesos y por supuesto, mantener la competitividad en el mercado. La innovación, es importante observar cuales serían los factores claves que podrán fomentar la creatividad y así poder controlarlos y medirlos para el beneficio de su emprendimiento. Se ha podido apreciar en los recursos humanos de las microempresas, que la gran mayoría de los trabajadores son informales, sin ningún beneficio que dicta la ley, sin estar en planilla, seguro de vida, entre otros. La falta de una administración de mercadotecnia y ventas en un negocio como en el caso de las microempresas es sumamente básico para el administrador y trabajadores; porque no cuentan con el profesionalismo necesario para gestionar de manera eficiente su negocio, porque no fomentan estrategias, donde la mayoría de los trabajadores son familiares; como, los hijos, nietos, sobrinos, etc., que toman el mando sin ningún conocimiento administrativo, originando la declinación de las ventas y/o servicios; y por último la estructura organizativa donde no hay una estructura jerárquica que permitan tener adecuados cambios internos como externos, es decir el desconocimiento de los trabajadores en cuanto a la autoridad del mando directivo.

El problema detectado de las microempresas es el no llevar un buen manejo de las características endógenas, que provocaría el quiebre o la obstrucción empresarial, lo cual

significaría el deceso de los emprendedores, y que el negocio carezca de participación en el mercado y sostenibilidad en el tiempo.

Con la finalidad de afrontar la problemática, se plantea realizar una investigación para conocer el nivel de los factores endógenos de las microempresas de la Urbanización de Villa Sol.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo son los factores endógenos competitivos en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo se presenta la administración de mercadotecnia y ventas en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?
- ¿Cómo se presenta el factor de administración de recursos humanos en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?
- ¿Cómo se presenta el factor capacidad financiera en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?
- ¿Cómo se presenta el factor desarrollo tecnológico e innovación en el crecimiento empresarial de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?
- ¿Cómo se presenta el factor estructura organizativa en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?

1.3. Justificación

Según Carrasco (2007) menciona que la investigación teórica “se sustenta en que los resultados de la investigación podrán generalizarse e incorporarse al conocimiento científico y además sirvan para llenar vacíos o espacios cognoscitivos existente”. (p 119).

Este proyecto tiene una investigación teórica ya que pretender describir cuáles son los factores endógenos de las microempresas en la Urbanización Villa Sol, ya que hay un alto índice de microempresarios que no cuentan con habilidades o herramientas dentro de su empresa para poder surgir empresarialmente u obtener sostenibilidad en el tiempo, y se sujeta a través de libros digitales, físico, tesis, revistas y artículos científicos.

Según Carrasco (2007) menciona que la investigación practica “refiere a que el trabajo de investigación servirá para resolver problemas prácticos, es decir, resolver el problema que es materia de investigación”. (p 119)

El trabajo de investigación contestará las inquietudes sobre los problemas estructurados inicialmente, por tanto, ayudará a profundizar los problemas reales de la población estudiada y por ende contribuirá al desarrollo socio-económico del país. Así mismo los resultados de la investigación servirán de consulta por los microempresarios que quieran profundizar sus conocimientos acerca de los factores endógenos que afecten en el crecimiento de su empresa.

Así también tiene una justificación valorativa ya que ayuda a los microempresarios a entender cuáles son aquellos factores que impiden la buena gestión en sus negocios de diferentes giros, permitiendo dar apoyo de interés para entender cuáles son sus procesos administrativos que están fallando en su gestión empresarial.

Por último, la justificación académica de la investigación será beneficiosa para los estudiantes de la carrera negocios empresariales de la Universidad Privada del Norte, cuando realicen investigaciones similares sobre los factores endógenos de las microempresas que existe en el Perú.

1.4. Limitaciones

La investigación describe como son los factores endógenos o internos de las microempresas de la Urbanización Villa sol ubicada en Los Olivos. Por tal sentido era necesario realizar un cuestionario, el cual es respondido por los microempresarios. A la hora de realizar el estudio se obtuvo limitaciones que afecto el desarrollo de la investigación las cuales fueron: La demora de recibir un documento por parte de la Municipalidad de los Olivos, donde menciona la cantidad de microempresas que existen en la actualidad. Segundo la falta de cooperación por parte de los microempresarios, por la desconfianza en otorgarnos sus respuestas acerca de la situación de su negocio, y por último la escaza información en encontrar libros en físico para la investigación de nuestro tema. Sin embargo, es importante mencionar, que, a pesar de las dificultades mencionadas, la investigación se ha realizado de manera satisfactoria ya que las personas involucradas en realizar proyecto se han dedicado a avalarse en libros, revistas y artículos para la sustentación

verídica del tema, y además porque ayuda a dar respuestas claras acerca de la situación interna que puede estar pasando un negocio en la actualidad.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Conocer el nivel de los factores endógenos competitivos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Conocer el grado del factor administración de mercadotecnia y ventas de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.
- Conocer el nivel del factor administración de recursos humanos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.
- Conocer el grado del factor capacidad de financiera de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.
- Conocer el grado del factor desarrollo tecnológico e innovación de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.
- Conocer el nivel del factor estructura organizativa de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Antecedentes Nacionales

Arzola (2017). En la tesis “Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de la MYPES en el distrito de Huanchaco – 2017”. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración en la Universidad César Vallejo Trujillo – Perú. El objetivo general es determinar los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco año 2017. La metodología es de tipo básica, no experimental, transversal y descriptivo. Se concluyó que los factores que intervienen de una manera negativa en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco son: Gestión del Conocimiento que menciona que el 30 % de microempresarios no tiene profesionalismo académico, el Financiamiento Externo mostro que el 50 % se encuentra con deudas con microfinancieras y la motivación del propietario y los trabajadores mostro desinterés por las bajas ventas.

Podemos apreciar que los factores de crecimiento de las MYPES no tienen una orientación en tomar las mejores decisiones para que el negocio crezca productivamente y no buscan una solución para la mejora; si no lo hacen ellos mismo, no hay resultado alguno.

Núñez (2017). En la tesis “Factores que limitan el Crecimiento Empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017”, tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo Trujillo – Perú. El objetivo general determinar los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don

Carlos del Distrito Trujillo 2017. La metodología de la investigación es básica no experimental, transversal y descriptivo. Se concluyó que los factores internos indicaron que su capacidad financiera es de 54%, en el cual es deficiente al pedir préstamos, por tal no lo solicitan porque no muestran pruebas que garanticen que pagaran puntuales. Así mismo el 54 % presento que no hay capacitación hacia sus trabajadores que origina que no se desenvuelvan eficazmente en sus deberes productivos.

La investigación realizada nos ayudara a ver los indicadores de como los empresarios realizan préstamos para sus negocios en una identidad financiera, pero al no tener conocimientos financieros la gran mayoría de empresarios dejan de pagar y los intereses seguirán creciendo.

Nieto (2017). En la tesis “Factores de crecimiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercial del parque industrial de Villa El Salvador – Lima, 2016”, tesis para optar el título de contador público en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega – Lima. El objetivo general es determinar si los factores de crecimiento influyen en la rentabilidad de las Mypes del Sector Comercial en el Parque Industrial de Villa El Salvador – Lima, 2016. La metodología es tipo básica, no experimental, descriptiva. Se concluyó que presentan deficiencias en el acceso al crédito ya que no presentan capacidad financiera, es decir no prefieren invertir; no varían sus productos, es decir no toman en cuenta la satisfacción del cliente; presentan deficiencias por la falta de conocimientos capacitaciones de sus trabajadores y la tecnología.

Los factores de capacidad financiera permiten que las microfinancieras puedan otorgar créditos a sus trabajadores, sin embargo, la falta de conocimiento acerca de los beneficios o intereses les juega en contra.; la falta de capacitación influye en la rentabilidad.

Gonzales (2014). En la tesis “Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de la Victoria – año 2013”, tesis para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú. El objetivo es determinar la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de las micro y pequeñas del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de La Victoria – 2013. La metodología es de tipo básica, no experimental transaccional, con nivel descriptivo. Se concluyó que un gran porcentaje de empresas no cuenta con una gestión empresarial, como tecnología, logística e innovación, es por eso que las empresas están teniendo una deficiencia o inexistente planeamiento empresarial que no beneficiara al mercado local o extranjero; así también no presenta una política crediticia que le permita acceder a créditos de organismos financieros.

En la investigación podemos apreciar es que las MYPES no están teniendo una preparación o estudios administrativo básico, ya que por ese motivo tienen resultados negativos, y sus negocios que tienen que estar creciendo cada 3 o 5 años, pero se mantienen en el mismo sector y sus ingresos son los mismos; así mismo como los clientes, y tampoco pueden acceder a un préstamo financiero por el estado de deuda que puedan tener.

Honores (2014). En la tesis “Factores que inciden en la continuación de las organizaciones empresariales familiares en la ciudad de Trujillo – La Libertad, 2014”, tesis para optar el título de licenciado en administración en la Universidad Nacional de Trujillo – Perú. El objetivo general es determinar los factores que inciden en la continuación de organización empresariales familiares trujillanas que se encuentran en la transición de poder de primera a segunda generación. La metodología es tipo básico, no

experimental transaccional, con nivel descriptivo y explicativo. Se concluyó que los factores que influyen en el crecimiento empresarial y tienen un impacto negativo de un 90%, es la asociación de empresa familiar con otras empresas, ya que consideran que perderían el predominio y autoridad, así también la toma de decisión es enfocada a lo emocional en un 70 %, y por último el conocimiento profesional, pues consideran que no son significativos, pues afirman que la experiencia es lo ideal.

La investigación indica que no es importantes tener habilidades profesionales para tener éxito en el crecimiento empresarial, porque la experiencia de los dueños los hace ser más intuitivos frente a las dificultades que se les presente, por ello prevalece la cultura en ser una empresa independiente que no realice alianzas ya que, si ocurre un incidente o contra tiempo, solo les afectaría a ellos como empresa familiar.

Antecedentes Internacionales

Treviño (2013). En la tesis “Factores endógenos en pymes mexicanas que influyen en el crecimiento de utilidades”. Tesis para optar el doctorado en filosofía con especialidad en administración de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Tiene como objetivo principal determinar los factores endógenos que permiten tener éxito a las pequeñas y medianas empresas con relación a su crecimiento de utilidades, con el fin de mejorar sus oportunidades de negocio. La metodología fue con un diseño no experimental cuantitativo de tipo transversal o transaccional contemplando el aspecto temporal (2011-2012) y el aspecto espacial (Monterrey y su área metropolitana, se diseñó un cuestionario para medir los factores internos del gerente para saber cómo es su desempeño administrativo. Se concluyó que el objetivo principal donde es determinar los factores que influyen el crecimiento de utilidades a través de la administración las Mypes; es la planeación ya que

es el elemento principal para tener utilidades anuales, y que el mal desempeño de la parte administrativa y a su vez desconocimiento de la parte financiera hace que tenga un mal control, un mal análisis y una mala gestión para la empresa, ya que obtendrá resultados perjudiciales.

Es importante que las pequeñas empresas tengan un buen manejo en la parte administrativa ya que es esencial para obtener ganancias, sin embargo, en la mayoría de las Mypes las personas encargadas en tomar decisiones son aquellas que no cuentan con conocimiento de cómo llevar una buena gestión; esto es por los factores internos como la falta de estudios y la falta de visión al negocio.

Bautista (2013). En la tesis “Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca”. Tesis para optar al título de Magister en Administración de la Universidad Nacional de Colombia. Tiene como objetivo general, identificar los factores que inciden en el éxito de las microempresas del municipio de Arauca del sector terciario, con mínimo cinco años de existencia. La metodología fue de tipo exploratorio, ya que el problema planteado no ha sido investigado concretamente en el municipio de Arauca. Para la recopilación de datos se realizará mediante una encuesta auto administrada dirigida a los microempresarios seleccionados en la muestra. Se concluyó que los factores que han aportado con el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de apertura del sector terciario del municipio de Arauca son las estrategias ya que estas le han servido posicionarse en el mercado compitiendo con las demás empresas; sin embargo, la falta de desconocimiento sobre las capacitaciones que la brindaba diferentes instituciones de la orden nacional o local ha originado que aumente el índice de microempresarios no capacitados.

Para obtener éxito en una empresa con poco tiempo en el mercado, es necesario tener informaciones enriquecedoras de cómo tener una visión a largo plazo y saber gestionar, es por ello que existen servicios y programas de capacitaciones para pequeños empresarios que buscan salir fructíferos en su nueva empresa, aplicando estrategias, para ser ganadores con la competencia.

Platero (2014). En la tesis “Un estudio sobre el papel del microempresario, y los factores internos y estratégicos de la microempresa española: el efecto de la edad en la capacidad innovadora”. Tesis para optar el grado de doctor de la Universidad Complutense de Madrid. El objetivo general fue proporcionar un mayor conocimiento sobre la influencia de los factores determinantes de la capacidad innovadora de la microempresa española. La metodología es de tipo descriptiva. La técnica utilizada fue la encuesta, estas realizaron den persona y por llamada telefónica. Se concluyó que el modelo actual de que tiene la economía en la sociedad que se caracteriza por el crecimiento en su país en un entorno global y la competitividad empresarial, se por la innovación esto se ha convertido en uno de los elementos clave para establecer estrategias en la empresa, y más aún las grandes empresas ya que las pequeñas empresas se alejan de esta palabra innovación. Por tal motivo la capacidad innovadora es un elemento esencial para la conciencia en las empresas.

Cuando una empresa tiene muchos años en el mercado, se debe de estar innovando constantemente, para optimizar procesos, generando estrategias para así originar ganancias, pero hay pequeñas empresas que se alejan de la innovación ya que esto se da a raíz de aspecto de cultura o de capacidades.

Franco (2012). En la tesis “Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia”. Tesis para optar el grado de doctor de la Universidad Autónoma de Barcelona. El objetivo general fue explicar los factores más relevantes que condicionan el dinamismo de las PYMES. La metodología es de tipo cuantitativa y cualitativa. Para este proyecto se realizaron diferentes casos para cada empresa. En conclusión, el dinamismo en las empresas se basa en las potencialidades internas, como las capacidades, las habilidades en resolver los problemas, los conocimientos, y esto hace que la empresa tenga buena notoriedad en el mercado, así también como las potencialidades externas como la aprobación por parte de la comunidad, ya que se va a necesitar una preparación empresarial para así tener el apoyo de los clientes, y un capital inicial para poder llevar adelante la empresa.

Los factores internos como externos son términos muy sustanciales para tener éxito en el mercado, y esto se debe que en la parte interna se basa enfocada en el empresario, ya que lo mide sus habilidades y conocimientos; por otro lado, en la parte externa se basa en tener a los clientes satisfechos, y también tener el apoyo de las entidades financieras o universidades

Gomes (2013). En la tesis “Factores que inciden en el crecimiento de las microempresas de la ciudad de Quetzaltenango”. Tesis para optar el grado de licenciado de Administración de empresas de la Universidad Rafael Landívar. El objetivo general fue identificar y analizar cuáles son principales factores de carácter técnico, administrativo y financiero que de alguna manera puedan influir en el crecimiento de las microempresas, para que puedan desarrollar una capacidad productiva y competitiva. La metodología es de tipo descriptivo. Para recopilar información de utilizo una boleta de

opinión para identificar específicamente las causas que han sido difíciles de superar para las microempresas y por lo mismo no han logrado el crecimiento adecuado. Se tiene como conclusión, mejorar los servicios de capacitación impartiendo conocimientos, para apoyar a la cultura, y a la individualidad en una empresa que esta pasado una crisis empresarial. Lo previo obedece a todas las organizaciones que administran unas Mypes, ya que son instituciones que están en desarrollo de crecimiento y al implementarlo se lograra el éxito empresarial utilizando mejores tácticas, y mejores estrategias para tener una buena gestión.

Las pequeñas empresas necesitan tener una buena gestión en la parte administrativa, sin embargo, hay microempresarios que se capacitan para llegar a la madurez como empresa. Es por ello que los programas de capacitaciones para pequeños empresarios son muy esenciales para tener éxito empresarial.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Empresas familiares

2.2.1.1. *Definición de Empresas Familiares*

Se ha demostrado que las empresas familiares tienen la interrogante de destinar el dinero a la empresa o a la familia para que goce de ella. Hay ocasiones que el dinero generado es invertido netamente a la familia, esto origina un problema en la empresa, permitiendo una escasez de recursos necesarios para ejecutar apropiadamente; por otro lado, los recursos generados son invertida en la empresa, pero la familia carece del dinero y eso conlleva que los involucrados en el proyecto desistan de sus labores y abandonen el barco. A veces el dinero no es problema sino la falta de

atención, y energía; así mismo el dinero invertido a la empresa, no debe prolongarse mucho tiempo para que no afecte a la familia. (Belausteguigoitia ,2010).

Para esta cita, se define que las empresas familiares, tienen motivos que conlleva en no saber decidir si invertir o no invertir en la organización, ya que es un dilema si afectara de modo emocional a la familia. Así mismo hay ocasiones que si la familia recibe las ganancias de la empresa , los trabajadores que son los hijos, tíos , sobrinos nietos; permite que desempeñen eficientemente y origina que la empresa tenga un crecimiento optimo, generando ganancias; sin embargo a veces los propietarios de la empresa , los recursos generados lo invierten en la organización porque desean acrecentar sus riquezas, pero la familia no obtiene nada y genera desconfianza y abandono de deberes; por ello, es considerable que ambas partes se vean afectadas de manera positiva, recibiendo ganancias, para que ninguna de las dos partes desista del proyecto.

Arenas y Rico (2014) afirma que la definición de empresa familiar tiene significados muy amplios, y otros autores se basan de los mismo autores para interpretar, sin embargo hay puntos esenciales para la definición ; la primera, es la propiedad de la empresa está dirigida a quien da mayor porcentaje de dinero para el capital; segundo, el poder que ejerce la familia, donde los dueños son los hijos o tíos y en ellos cae la parte administrativa de la empresa y por ultimo mantener tras generaciones a la familia como

dueños , es decir que a lo largo del tiempo los involucrados con la empresa son netamente descendientes

Todas las empresas familiares tienen como gerente o relacionado a la parte administrativa a sus familiares, y más aún cuando son micro empresas, ya que los que aportan como capital en la creación de las empresas son los integrantes del hogar, y durante el pasar del tiempo los dueños siguen teniendo lazos de consanguinidad. Sin embargo, recalcó que el no tener vínculo directo con la empresa ayuda abrir otras puertas empresariales, ya que puede aperturar otra empresa, nombrando como director a una persona profesional sin lazos de sangres, y el dueño fundador solo se dedica a recibir las ganancias, de los cuales originan sus trabajadores administrativos.

Longenecker, Petty, Palich y Hoy (2012) informaron que la empresa familiar viene desde hace décadas, cuando familias muy grandes cultivaban y gobernaban juntos para poder sobrevivir. Durante el tiempo familias crearon empresas, y empezaron a descubrir habilidades emprendedoras para generar dinero y sobrevivir durante la época de guerra. Además, las familias con negocios son administradas por los propios dueños como símbolo de pertenencia, por hijos son sus sucesores, y por último la sociedad entre primos, quiere decir los hijos de los hermanos del dueño, puesto que toman el mando sin importar la generación de hijos hacia hijos.

Las empresas familiares son negocios de los cuales sus trabajadores, ya sea en la parte administrativa o comercial, son los miembros de la familia;

y se toman decisiones sean o no razonadas. Este tipo de pequeñas empresas solo se dedican en no crecer empresarialmente, sino obtener dinero para satisfacer sus necesidades a corto plazo, pero con el tiempo origina dificultades que ponen en riesgo a la empresa; por ejemplo, en los préstamos financieros, pago de proveedores o pago de servicios, por tal motivo se debe de tener una buena gestión en la parte administrativa para que la organización tenga visión al negocio y pueda crecer y mantenerse posicionada en el mercado competitivo.

Se ha demostrado que trabajar con empresas familiares es un reto ya que aplica estrategias para poder cumplir con los objetivos planteados, así mismo en la década de los 60, se definía a la empresa familiar, como una organización que esta al dominio de la familia, y que las decisiones son tomadas de acuerdo a los hábitos; sin embargo, se tenía que investigar un problema sobre la relación de una empresa con una familia. Además, hay muchas profesiones que enseñan conocimientos para poder gestionar una empresa familiar, para que hoy en día se resuelvan dificultades y permitan saber cuáles son las fortalezas de la empresa. (Antognolli et al., 2012).

Es asumible destacar que la empresa familiar está dirigida por los integrantes de la familia, y que las estrategias planteadas para cumplir con las metas de la empresa son exclusivas por parte del área administrativa. Además, este objetivo tiene como base los hábitos o costumbres; por ejemplo, hay empresa que pertenecen a una religión y al momento de contratar al personal se requiere como requisito ser de la misma religión,

sino este no es apto. Más allá de la religión, hay muchas profesiones que imparten conocimientos para poder gestionar una empresa, plasmando conocimientos que más allá de las costumbres, se puede crecer de manera empresarial sin dejarse influenciar con tendencias históricas.

Fernández, Lluch y Barbero (2015) consideraron que la empresa familiar es un conjunto de palabras que se relacionan entre sí; estas son el trabajo, la propiedad y la familia, cuando se interrelacionan originan potencialidades de energía para obtener un buen desempeño en las funciones de los trabajadores, y comunicar a las personas involucradas del proyecto de una forma directa para no obtener riesgos en el futuro. Así mismo el patrimonio de la empresa tiene que ser controlada por el área administrativa para no provocar variaciones en la estructura organizacional de la empresa.

Se considera que, para tener un crecimiento empresarial, debe ser influencia por las potencialidades internas de la empresa, es decir tomar decisiones eficientes para tener una mejor estructura administrativa; por otro lado, una familia con empresa, colocan al mando personas de su confianza como son los miembros del hogar que son los principales elementos en tener una visión diferente que, a un integrante externo.

Carlock y Ward (2010) han afirmado que el éxito de la empresa familiar es inseguro, ya que el dinero obtenido, será invertido en la empresa o en la familia, por ello muchas empresas se han percatado que el proceso planificar es esencial para adquirir calma en la victoria empresarial. Así mismo el

planificar es obtener comunión con la familia porque asegura la confianza del empresario en la toma de decisiones durante todo el tiempo. En conclusión, la planificación es una herramienta que sirve para tener visión a los negocios, plasmar estrategias, cumplir metas, y tener una organización estructurada para llevar un plan que englobe todos los aspectos de la familia con empresa.

Se considera según el autor que uno de los procesos de la administración, es la planificación y es un elemento muy importante para mantener en orden los asuntos internos y externos de la empresa, de tal manera que ocasiona confianza por parte de los empresarios o integrantes de la familia. Por otro lado, es importante mencionar que, para tener una buena gestión, no solo es realizar una buena planificación, sino mantenerlo organizado, controlado y saber dirigir los asuntos de la empresa para obtener un crecimiento empresarial competitivo en el mercado en el cual estamos dirigidos.

2.2.1.2. *Particularidades de la empresa familiar*

Belausteguigoitia (2010) considera que las empresas familiares se enfocaron en la disciplina como principal dimensión para el comportamiento organizacional en su empresa, es por eso que las relaciones humanas son esenciales, para el crecimiento de la empresa, donde existe diferencias que hasta el día de hoy ocurren y estas son:

- a) Son empresas que tienen pocas deudas, con una alta liquidez, los márgenes de ganancia en cuanto sus operaciones exceden a la de

su competencia. Por tal sentido cuentan con una alta capacidad financiera para poder realizar préstamos; estas empresas en tanto a su economía suelen tener estabilidad. No les importa crecer como empresa, sino solo mantener en el tiempo.

- b) Los negocios familiares, son empresas privadas, de las cuales tienen dos ventajas estratégicas, la primera es que no es necesario generar utilidades a corto plazo, para mantener satisfechos a sus socios; segundo es que la competencia no tiene acceso a la información interna de la empresa, mientras que las empresas del estado es fácil obtenerla.
- c) Estas empresas no tienen una estructura basada en procedimientos, es decir no se necesita obtener aceptación por cada área para tomar una decisión, sino estas empresas son capaces de tomar decisiones de forma rápida, y adecuarse a los cambios.
- d) Las decisiones que toman estas empresas, son involucradas, con los intereses de la familia, ya que los fundadores son de lazos consanguíneos, y buscan el bienestar de ellos y no de la empresa.
- e) Estos negocios, suelen inclinarse hacia las ventas y a la producción de sus productos, y dejando de lado las partes de las finanzas, marketing y los procesos administrativos.
- f) Los propietarios de las empresas, suelen invertir de una manera limitada, para no tener pérdidas en circunstancias futuras.

2.2.2. Factores endógenos

2.2.2.1. Definición de factores endógenos

Se demostró que el factor endógeno es todo lo que está en el entorno interno de la empresa es decir la su organización estructural como las funciones de cada trabajador, los cuatro procesos principales de la administración así también la iniciativa en tomar decisiones, por último, la nueva tecnología. (Ibarra y Castrillo, 2013).

Hay otras consideraciones que se debe obtener en los factores endógenos de la empresa, como son la motivación, las fortalezas, la innovación; sin embargo, las responsabilidades o funciones que realiza los trabajadores son muy esenciales ya que a partir de ello se toman decisiones para la buena gestión; sin dejar de lado la tecnología ya que es un elemento muy primordial para tener un mejor desempeño en las áreas de las empresas. El factor interno o endógeno son elementos que repercute para el crecimiento de la empresa, estos elementos son la actitud, los conocimientos, el capital y por último la tecnología, para generar rentabilidad en tu empresa, porque es primordial que ambos factores influyan en la empresa, para tener un valor sostenible en el mercado competitivo.

Antognolli y Lecuona (2012) consideraron que los factores internos son las capacidades internas para emprender un negocio, es decir; en los conocimientos, tener una visión al negocio, tener una diferente cultura,

donde personas que no son pertenecientes a la familia toman su lugar como líder y administrador de la empresa.

Según lo escrito, el conocimiento es el elemento principal para obtener un buen crecimiento empresarial, sin embargo, hay innumerables empresas que tienen hábitos, culturas diferentes y visión; esto quiere decir que familias con empresas pueden nombrar como accionistas o gerentes que no tienen lazo de consanguinidad y esto es debido a que priorizan las habilidades que los lazos de familia.

Soria (2006) indico que las pequeñas, medianas y grandes empresas tienen diferentes metas a cumplir; primero que la pequeña o mediana empresa cumple con los objetivos de sus dueños, sin embargo, que las grandes empresas que tienen una administración estructurada, cumplen con los objetivos que plasman los accionistas o directores. Además, hay objetivos que se deben de cumplir como la maximización utilidades, reducción de costos, incrementando el nivel de ventas y capacitar a los empleados para dar un buen servicio, es por ello que el factor interno tiene que estar orientada a los objetivos y estar indicadas para cada área de la organización.

Según a lo mencionado los factores internos se basan a los objetivos a largo plazo y corto plazo ya sea para pequeña, mediana y grande empresa; y para estos tres tipos de empresas sus objetivos son diferentes, sin embargo en empresas familiares , donde la mayoría son pequeñas empresas , los que

están involucrados en su gestión empresarial lo hacen en conjunto, sin embargo estas decisiones no necesariamente se cumple con los objetivos que delega el dueño; es así que las grandes o medianas empresas obtienen rentabilidad ya que toman decisiones para maximización de utilidades y reducción de costos

2.2.2.2. *Características de factores endógenos*

Motivación empresarial

Ibarra y Castrillo (2013) afirma que la motivación es una fuente primordial para emprender un negocio; la motivación se da cuando se tiene idea específica de como comenzar con el negocio y luego captar las oportunidades en los siguientes meses, es decir; tener un negocio en los próximos 3 años, conocer aún emprendedor, así también ser empleado de su propio negocio, la probabilidad de cuanto tendrá de ingresos, o el miedo al fracaso. Así mismo, en cualquier país un empresario se ve motivado cuando escucha noticias de emprendedores con éxito.

Cuando se crea una empresa la motivación tiene que estar presente durante el tiempo; es decir al momento de apertura del negocio se debe de sentir las ganas de sacarlo a flote, donde la motivación está en su máxima potencia. Sin embargo, hay ocasiones que al transcurrir de los años la motivación se reduce en solo generar ganancias; el espíritu emprendedor se disipa y ahí es donde conlleva que el empresario posea temor y repercuta frente a sus trabajadores para una mala función en sus labores.

García (2005) sostuvo que la motivación es influenciada por diferentes elementos, y está enfocada directamente a la persona, por ello hay situaciones como la familia, su entorno social, colegio, que son participes a la motivación, pero también en el ámbito clima, las influencias otras personas; en conclusión, las fortalezas y el entorno de las personas, la toma de decisiones, sus acciones, son puntos claves que origina como respuesta la motivación.

Según lo dicho por el autor hay muchos factores que abarcan para la influencia a la motivación del empresario. Cuando la persona medita en ser un empresario, sus pensamientos son dirigidos a los comentarios de su entorno social, ya sea por su familia, o por la educación que recibió en el hogar o los consejos de sus profesores. Así mismo cuando el empresario ya dirige una empresa ya posicionada en el mercado, su motivación se desvanece por la costumbre o por el entorno ambiental, ya que solo quiere generar dinero y no innovar.

Habilidades

Ibarra y Castrillo (2013) indica que las habilidades son el perfil y los conocimientos del empresario, es decir; su edad, sexo, estado civil, su grado de estudio académicos, si está o no está trabajando, cuál es su dirección domiciliaria es decir si vive en zona rural o urbana, así también su nivel de ingresos que percibe.

Entre las consideraciones importantes que se prioriza en las habilidades, son los conocimientos, pero no necesariamente conocimientos académicos, ya que una persona puede adquirirlos mediante su día a día, en su experiencia social y dificultades que les han ocurrido. Muchas personas emprendedoras han llegado de provincia y son grandes empresarios, solo por tener visión más allá de los que otros no ven, es decir son innovadores.

Parkin (2007) afirma que las habilidades es la agrupación de técnicas para poder organizar el capital, el trabajo. Así mismo los profesionales o empresarios, plasman sus conocimientos en la toma de decisiones para combatir dificultades que a la empresa se le origina en el camino, así mismo que repercute a través de estas decisiones. Estas decisiones positivas o negativas son dirigidas para los trabajadores de la empresa, ya que si hay un ingreso alto sube su sueldo y si hay un ingreso bajo se mantiene.

Esta afirmación que dice el autor es correcta ya que las habilidades son los conocimientos adquiridos mediante la experiencia. Por ellos los empresarios toman decisiones que pueden repercutir para bien o mal; por eso se debe reclutar a profesionales que tengan conocimientos competentes para alejarse de cualquier circunstancia de apuro. Por otro lado, las buenas decisiones influyen en las ganancias de la empresa y trasciende a los trabajadores obteniendo un aumento de sueldo y realizando sus labores de manera eficaz y eficiente.

Financiación

Se consideró que la financiación es lo primero que se necesita para comenzar el negocio emprendedor; es decir el capital, como será financiado si es por meses o por años y el tiempo en el cual recuperar todo el dinero invertido en su negocio, así también si obtendrá rentabilidad cuando la empresa tenga años en el mercado. (Ibarra y Castrillo, 2013).

Es asumible definir que el financiamiento es muy primordial cuando se tiene pensado en realizar una empresa, por ello cuando se realiza un préstamo se debe de saber en cuanto tiempo será pagada la deuda; ya que la empresa puede o no tener éxito en el mercado. Las empresas que están en su apertura solo se dedican en invertir sus recursos generados, emprendiendo hasta que su empresa se encuentre en crecimiento y de modo estable. Así mismo el financiamiento ayuda a los empresarios ejecutar proyectos de manera que cubra sus necesidades.

Refiere que la financiación tenga coherencia al adquirir un préstamo y la devolución; es decir que si una persona tiene una deuda debe tener la visión en cuanto será devuelta, y esto tiene que tener congruencia cuando empezaran a producir liquidez. (Nuñez y Vieites, 2009).

Referente a la cita el financiamiento tiene que actuar en conjunto con lo prestado y la devolución de dinero, por ello algunas pequeñas empresas al adquirir prestamos, no tienen la capacidad de pagar el dinero por la falta de

liquidez, y origina que el banco embargue sus pertenencias y sus cuentas bancarias.

Tecnología

Ibarra y Castrillo (2013) indican que, para acceder a la tecnología para producir un producto, o dar servicios a los clientes, se necesita un tiempo para poder acceder a este tipo de sistemas, es decir si es necesario comprarlo a corto plazo cuando la empresa está en un ciclo de crecimiento.

Según lo mencionado, podemos recalcar que la tecnología es una fuente esencial para el bien de la empresa, pero esta debe ser adquirida en un tiempo específico, sabiendo en que ciclo de vida se encuentra la empresa, ya que no se sabe si dicha organización cuenta con la liquidez suficiente para poder comprarla, si se necesitará de un préstamo, o si se pagará al contado.

Fernández (2010) demuestra que la tecnología puede ser una variable dependiente o independiente, es decir; si un proceso de producción necesita una tecnología nueva debe ser manejada por una persona con conocimientos y liderazgo, a si también si una persona que tiene en claro los procesos productivos querrá adquirir nueva tecnología para un buen desempeño. En el primer ejemplo es una variable que depende de la otra, y el segundo ejemplo la tecnología no depende de nada.

Se asume que la tecnología es un elemento primordial para el crecimiento de la empresa, pero esta debe estar acompañada con los conocimientos; es

decir para operar una maquinaria u otros aparatos se debe de haber estudiado para poder maniobrarla, de tal manera no fracasar con el funcionamiento. Sin embargo, si se tiene conocimiento por parte de los líderes, se podrá obtener tecnología, porque ellos tomaran decisiones para un buen desempeño laboral de sus trabajadores, de tal manera que influenciara en el buen servicio o producto otorgados a los clientes interno o externo de la institución.

Innovación

Ibarra y Castrillo (2013) consideraron que el nivel de innovación se mide cuando el cliente aún no ha obtenido el producto, se considera si es o no innovador, así también cuando otras empresas ofrecen el mismo producto o servicios y estos son vendidos a los mismos clientes.

Se menciona que la innovación depende del cliente, sin embargo, la innovación tiene una relación directa con la tecnología, y conlleva que la empresa si quiere seguir innovando, necesita comprar recursos tangibles para el crecimiento de su empresa, obteniendo un mejor desempeño en el área de producción. Por ello la innovación depende del cliente, pero a su vez del mundo en que nos rodeamos, es decir el mercado tecnológico.

En el 2010, Galicia demostró que la innovación es un tema muy importante para las empresas, porque si desean seguir en el mercado de la competitividad deben ser innovadores, ya que este mundo de los negocios va cambiando a menudo al paso de los tiempos. Además, innovar no

significa crear algo nuevo, sino significa darle un valor diferencial a este, es decir mejorar algún producto o implementar algún servicio que al cliente le gusta.

Es asumible destacar, que la innovación no es imaginar e inventar un producto o servicio nuevo, sino es destacar alguna característica de algún producto o servicio ya implementado en el mercado, conforme a la necesidad del cliente, para luego ser exhibido al mercado; ya que todo esto se origina a las decisiones de los empresarios para un bien mejor que es la satisfacción del cliente potencial.

2.2.2.3. Factores Endógenos de la competitividad

Administración de la mercadotecnia y las ventas

Olivares et al. (2016) citan la información de Coraggio (2011) demuestra que las PyMes pueden vencer obstáculos perteneciendo a grupo de empresas que están unidas por un fin en común, es decir alianzas con otras empresas para incrementar sus ingresos, o también en las diferentes instituciones para obtener nuevos soportes.

Las empresas de ahora buscan tener nuevos contactos con un nuevo mercado y es por eso que se une con otras empresas y así formar una alianza estratégica para el beneficio de ambos, y eso ayuda a que otras empresas quieran unirse a estas redes empresariales.

Existen factores productivos que se centran en el capital social de la empresa, estos son los factores que han aparecido positivamente relacionados

con el desarrollo económico. (Galaso, 2005; Rojas y Marin, 2006, en Olivares et al., 2016).

Lo que nos dice los autores que, si hay una confianza entre dos empresas o más productos de un buen capital social la alianza estratégica ayudaría mucho a los negocios para tomar un mercado positivo.

Capacidad Financiera

Olivares et al. (2016) citan la información de Amat y Perramon (2011) observan que las empresas presentan un buen nivel de ventas, pero la utilidad es baja, debido a los gastos operativos que permiten los directivos. Estos autores advierten que la producción generada debe ser eficiente, para tener sostenibilidad financiera.

Lo que indican los autores es que se recomienda que las unidades de producidas sean realizadas con eficiencia para mejorar la capacidad financiera.

Muchos autores indican que la economía del estado debe respaldar e invertir en las empresas, sin embargo, si estas tienen un nivel de ingresos altos, pueden sostenerse por ellos mismos. (Neamtan, 2009; Coraggio, 2011; Chavez y Monzón, 2012 citado en Olivares et al. 2016).

Estas empresas si presentan un nivel de ventas bajo, el estado debe de involucrarse con su problema social, y darles ayuda para mejorar su estado financiero, así también la inversión de aquellas, elevara sus ingresos y trae una consecuencia positiva en la economía del país.

Aragón y Rubio (2005) indica que los recursos financieros, es decir la falta de liquidez es uno de los problemas más concurridos que existe en una empresa, para ello es necesario planificar meticulosamente a un corto plazo para no obtener problemas innecesarios. En algunas ocasiones el nivel de ingresos es bajo para realizar préstamos crediticios, ya que no cuentan con fuentes de financiamientos, lo que indica una gran debilidad.

Administración de Recursos Humanos

Las empresas procuran que sus trabajadores sean lo primero antes de su capital, es decir invertir en mayor proporción en ellos, es posible que estas decisiones puedan afectar el rendimiento financiero. (Chavez y Monzón, 2012; Amat y Perramon, 2011; Fekete, 2010, citado en Olivares et al. 2016).

Los autores no explican que algunas empresas solo se enfocan por el bienestar de sus personales de trabajo, pero, es un riesgo, ya que no está recuperando el capital invertido y ni las ganancias que tiene que realizar, ya que está gastando en la preocupación de sus personales.

Olivares el al., (2016) cita la información de Ohana y Meyer (2010) sostienen que administración de recursos humano es el compromiso de los miembros de la empresa está vinculada con el anhelo de seguir laborando, y la satisfacción laboral está vinculado con el anhelo de renunciar a la empresa, por tal se tiene que mejorar y reforzar estos factores.

Nos explica que los integrantes de organización social y la satisfacción laboral están muy relacionados con la organización empresarial, ya que incrementan un gran porcentaje para la mejora de las empresas.

Roca et al., (2016) citan los resultados de Islam et al., (2011) mencionan que las habilidades o fortalezas de los gerentes o propietarios de la microempresa, ejercen un papel importante en la administración y rendimiento de la microempresa. Hay diversos factores que influyen en el éxito de las empresas; el primero es el cuidado de los productos o servicios, el segundo son las fortalezas del dueño o administrador, tercer lugar la edad, y cuarto lugar la educación.

El logro del éxito en las empresas, se debe por las técnicas que permite cautivar a postulantes con atributos; así también con los trabajadores presentes, conservarlos y motivarlos con herramientas que le permitan progresar dentro de la organización. El no tener una buena gestión de recursos humanos, causa el deceso de las empresas. (McEvoy, 1984 en Aragón, 2005)

Administración del Desarrollo tecnológico

La creación de las empresas son causas de la innovación denominada tipo social, porque se da a raíz de las necesidades de las personas, ya sea por el mercado o por la nación (Laville, Levesque, y Mendell, 2006, en Olivares et al. 2016).

Los que nos dice los autores es que las empresas mayormente surgen por una necesidad no satisfecha, y es por eso que buscan emprender y de eso innovar para captar un mercado nuevo que requiere de su producto o servicio

Olivares et al. (2016) cita la información de Coraggio (2011) refieren que las pequeñas empresas tienen mayores obstáculos para competir en el

mercado, estas empresas pueden superar estos problemas cuando consigan herramientas que se vinculen con la tecnología e innovación.

Las pequeñas empresas al no tener una buena economía lo ven que no es una competencia fuerte, pero esos negocios pequeños pueden llegar a clientes de bajo recursos en la cual pueden brindarle un buen servicio y ganar una gran magnitud de clientela satisfecha con una tecnología positiva.

Las empresas que buscan la tecnología, tienen la posibilidad de lograr el éxito en factor innovación y lograr considerable rendimiento, es posible que se aventajen frente a su competencia y se apropien del mercado, pero los directivos piensan que no es posible utilizar de manera excesiva sus innovaciones debido a la tecnología que se encuentra en el medio exterior, es así que la falta de motivación impide crear nuevas ideas. (Batra, Sharma, Dixit, Vora y Gupta, 2015 en Roca et al., 2016)

Azubuike (2013) citado en Roca et al., (2016) informan que el crecimiento de las empresas depende de la innovación y la tecnología, para lograr una ventaja competitiva. Los resultados obtenidos de las empresas de Lagos en Nigeria demostraron que existe relación en la innovación tecnológica y la rentabilidad de las empresas en su producción.

Estructura Organizativa

El capital social debe ser manejado de manera eficiente ya que se tendrá que invertir recursos, entre algunos es el tiempo, es así el no llevar un buen manejo del tiempo, terminara desgastándose. (Coleman, 1990; Mazzoti, 2006 citado en Olivares et al., 2016).

Algunos autores afirman que la estructura organizativa es la organización entre los miembros de la empresa, como un factor del capital; estos factores tienen relaciones entre sí para lograr que la producción o ganancia sea distribuida para las personas que trabajan en la empresa. Los empresarios deben de formar relaciones con otras empresas para mejorar el capital social, para lograr objetivos a corto y largo plazo. (Galaso, 2005; Rojas y Marín, 2006, en Olivares et al., 2016)

Existe programas gubernamentales que apoyan a empresas de nivel socioeconómico bajo, así también se estableció que un factor de victoria se dio a los proyectos cuyas empresas se comprometen en sus cambios organizacionales, pero la falta de capacitación por parte de los gobernantes de la nación conduce al quiebre empresarial. (Universidad Autónoma de Chapingo, 2008 en Olivares et al., 2016).

Las pequeñas y microempresas suelen tener estructuras jerárquicas sencillas, esto permite que si ocurre alguno cambio se podrá realizar de forma veloz y eficiente ya sea en la parte interna o externa de la empresa, el tener un fácil poder de realizar cambios, hay incertidumbre. Por ello en el entorno interno de la empresa el nivel incertidumbre en baja ya que el dueño tiene un fácil acceso a sus trabajadores en toma de decisiones hacia ellos, pero en el entorno externo es alta porque su toma de decisiones depende del mercado, del número limitado de sus compradores, difícil acceso crediticio, poca variedad de productos o servicios. (Westhead y Storey, 1996 en Aragón, 2005).

2.2.2.4. *Factores explicativos de visión patrimonial*

Factor cultural

Betancourt, Gómez y López (2011) consideraron que la cultura es un factor indispensable para tener una visión en los negocios, ya que habla de cultura y costumbre que tiene la familia emprendedora, así también son los hábitos que cada empresa tiene en su localidad, su religión, y finalmente el partido político en que se encuentra; ya que son engaños familiares para influenciar en su camino empresarial.

Según dicho por el autor, la cultura es un elemento fundamental que influye en la empresa, para crecer de manera competitiva, ya que la cultura retrasa al tomar decisiones para el bien de la empresa; por ejemplo, hay empresas que tienen como dueño a un empresario religioso que está al borde de la muerte, él tiene la autorización obligatoria de llegar a un acuerdo positivo con las demás empresas, sin embargo, este necesita una donación de sangre, pero debido a su religión no puede ser atendido. Esto conlleva a recibir engaños de la sociedad y repercute en la visión patrimonial a largo plazo hacia con la empresa.

Factor conocimiento

Han afirmado que la educación es un factor primordial para un buen desempeño administrativo de una empresa; como sacar balances generales, entre otros; por ello se necesita personas que estén capacitadas para tener un crecimiento en la empresa; sin embargo, existen empresas familiares que los

integrantes no cuentan con esas habilidades y necesitar de asesores para tener una visión emprendedora. (Betancourt, Gómez y López ,2011).

Se asume que para crear una empresa no solo basta tener dinero o capital, sino tener habilidades, fortalezas y conocimiento para una buena gestión y crecer empresarialmente. Sin embargo, hay cursos libres en el que el empresario puede inscribirse y aprender de ello en cómo administrar una empresa. Así también hay asesores de negocios que puedan orientarles cómo crear valor y maximizar sus ganancias.

Factor familiar

En 2011, Betancourt, Gómez y López demostraron que el factor familiar es todo aquello referente a las personas quienes administran la empresa, el número de accionistas, el número de trabajadores, como es su visión personal acorde a la empresa, que cargo y funciones ocupan cada trabajador o accionistas, y por último cuantos años tiene de iniciación la organización.

Estas consideraciones tomadas por el autor son importantes ya que son los integrantes del hogar quienes conformar el área administrativa de la empresa; además de sus estrategias, objetivos, misión, visión, estructura de la empresa todo se engloba a la familia, y esto tiene vínculo directo con las costumbres porque afecta a la toma de decisiones arriesgando para bien o mal a la institución.

Factor vital

Betancourt, Gómez y López (2011) indicaron que los factores vitales es todo aquello relacionado directamente con el dueño de la empresa ya sea en estado de salud, en la edad, enfermedad; por ello los demás integrantes de la empresa deciden tomar decisiones con el fin de planificar el bienestar de sus trabajadores y de la empresa; si en algún momento el dueño llega a padecer un estado crítico de salud o fallecer.

Se destaca de esta cita que el factor vital del empresario es primordial para la estabilidad de la empresa, por ello el gerente o dueño debe de dejar a su mando a una persona de confianza para que tome las decisiones cuando él no este, y ser justificado mediante un documento notariado para que si en algún momento, el empresario o dueño desista de sus deberes, la otra persona pueda tomar su cargo y dirigir la empresa de manera sosegada y sin problemas.

Factores emocionales

Informaron que el bienestar emocional del empresario influye en las decisiones que tome en la empresa, y repercute en el estado emocional en las personas que laboran en la institución, y esto puede ser por el fallecimiento de un familiar cercano, alguna enfermedad divorcios. (Betancourt, Gómez y López ,2011).

Se asume que los empresarios como cualquier individuo tienen problemas sentimentales, emocionales o de trabajo, pero enfocándonos en

las emociones, esto influye al momento de tomar una decisión acertada para el bienestar de la empresa, ya que ocasionalmente, pequeños empresarios se han visto influenciados por aspectos familiares. Sin embargo, esto se puede solucionar, situando a otras personas con capacidades, es decir profesionales para que puedan dirigir sin ningún problema la empresa.

Factor riqueza

En 2011, Betancourt, Gómez y López demostraron que la riqueza es un factor que influye en los propietarios de la empresa, como los accionistas mayoristas o minoristas, a que se puede manejar un flujo de caja de manera estable originando un buen desempeño, es por ello que, si la empresa origina liquidez, utilidad, pérdidas o tener deudas, esto repercute en el sentir de la familia, ya que se motiva a dar confort por el bien de la empresa.

Cuando hay ganancias en las empresas, debe ser otorgado equitativamente para la empresa y familia; es decir tener utilidad o tener pérdidas influye en el factor emocional del empresario o la familia, por ellos se debe de gestionar de manera eficiente la liquidez de la empresa para desistir de los problemas.

Factor del entorno

Betancourt, Gómez y López (2011) indicaron que el entorno que rodea a la empresa, es una incertidumbre para varios de los empresarios, ya que es tan complejo saber si la tecnología, la competencia, el dinamismo en el mercado, si reduce o aumenta el impuesto, están cambiando durante el

tiempo; todo esto conlleva a tener una visión patrimonial diferente a lo que la empresa tiene en mente.

Se considera que el entorno de la empresa es cambiante en el tiempo, y esto se debe a que el mundo empresarial siempre va innovando al transcurso de los tiempos, este factor es esencial ya que mide a la empresa por medio de los clientes; es decir los clientes aceptan si el producto que reciben es o no innovador y si desisten de comprarlo, por ello debe tomarse en cuenta el factor entorno, porque ocasiona incertidumbre en los emprendedores.

Factor de visión

Se informó que la visión de la familia conjuntamente con el crecimiento de la empresa influye directamente en la visión de la empresa a corto y largo plazo. Así mismo se ha catalogado tres elementos fundamentales; primero la visión de la familia; segundo la visión de la empresa; tercero la relación entre familia y empresa. Así también hay estrategias elementos claves para considerar en el crecimiento de la empresa, que son objetivos para que la empresa crezca moderadamente, segundo no poner en peligro el patrimonio de la empresa y tercero que no sea tan conservador. (Betancourt, Gómez y López ,2011).

Según lo dicho por el autor se considera que la visión tiene diferentes significados ya sea para empresa o la familia. Esto se da en un negocio familiar ya que los objetivos de la familia es obtener dinero para satisfacer su necesidad, sin embargo, la empresa tiene un objetivo que es crecer

empresarialmente, invirtiendo el dinero generado por esta. Para ambos casos no se debe de colocar en riesgo el dinero ya que repercute en la visión patrimonial de la empresa.

2.2.3. Microempresas

2.2.3.1. *Origen de la microempresa*

Velazco (2006) considera que el origen de las microempresas se origina a raíz del negocio informal, por lo tanto, estas son:

- La competencia informal es un trámite ilegal que realizan las empresas para poder tener ingresos sin importar las condiciones que antepone el estado, el estado menciona introducciones que se debe de cumplir por ley. Con el cumplimiento se desea promover desarrollo empresarial de las microempresas, así mismo se interpone propuestas para orientar sobre la inscripción de una empresa para lograr un registro formal, eso se da a través de registros públicos y tener la posibilidad que tenga a un acceso directo del banco para las prestaciones de dinero.

La informalidad de las microempresas anteriormente no era muy vista, pero al darse cuenta que empezaron a crecer debieron que tomar medidas diferentes, pero se le tenía que dar facilidades para que esas empresas tomen la decisión de ser formales.

- La estructura de la formalización de una empresa en la economía del país, es explotar la mano de obra como necesidad de recibir ingresos mensuales que le permitan vivir y solventar sus gastos. La característica informal de

la empresa es contar con recursos limitados para realizar actividades productivas, además de tener un personal con fortalezas que solo le permitan cubrir sus necesidades internas de la empresa. En este caso, la ilegalidad era sólo una característica secundaria. Medidas para el desarrollo del sector era mejorar el acceso a diversos medios de producción como la innovación tecnológica, capacitación del personal, crédito, etc.

Las microempresas al estar en una situación informal no podrían a obtener un beneficio crediticio, tecnología, ya que no están en registro público, también la producción es limitada porque no tendrían trabajadores profesionales ya que contarían con trabajadores sin profesión alguno, es por eso que el estado les beneficio para que puedan surgir y competir con mercados nuevos.

- Las labores eran opciones económicas diferentes a los modelos económicos desarrollados en la actualidad, es decir en el siglo xxi; en ese entonces se mostraba el compañerismo, vínculos de amistad, personal o familiar. Esta ultimo característica se dirige menos a la expresión informa, ya se refiere como economía fraternal o popular.

La economía de una microempresa es buena ya que generan ingresos para sí mismo, pero para invertir es limitada ya que no son legales ante la sociedad, ahora los dueños para obtener más oportunidad en el mercado, empieza a tomar la decisión de formalizar y ampliar su mercado; es por eso que ellos siempre tienen el apoyo de sus familiares.

2.2.3.2. *Características Operativas de las microempresas*

Cohen, et al, (1989) citado por Gómez (2013) consideró que las características de los micronegocios se dividen de la siguiente manera.

- **Adaptabilidad:** es un factor importante dentro del desarrollo de la empresa, las microempresas como el sector de ventas o producción están más cercanas a adaptarse a lo que la demanda les muestre, así mismo si hay un desequilibrio en su espacio de trabajo por consecuencia afectara a la en la gestión interna de la empresa, por ejemplo: las maquinas, muebles, entre otros, ósea todos los activos fijos que pertenecen a la empresa. Es por ello que los microempresarios realizarán su producción, aunque no haya productividad.

Las microempresas buscan adaptarse a la situación actual del país, además si ocurre algún fenómeno, esto repercute en la situación interna de la empresa, que debe ser solucionado por los que gestionan la empresa, pero aun así ellos producirán bienes u ofrecerán servicios aun así no les sea productivo.

- **Generación de recursos:** este factor esta relaciona con el primer factor que es la adaptabilidad, ya que la microempresa conforme se adapte, podrá escoger los recursos necesarios para su negocio. Una empresa desde su fundación, su gestión es simple, tiene procedimientos y procesos simples que no le permite desarrollarse de manera correcta en la empresa, el correcto uso de los recursos comprados, la atención al cliente, entre otras

actividades que son primordiales para el crecimiento de la empresa, que le permita aumentar su utilidad.

Así mismo este factor es indispensable para el desarrollo organizacional interno, ya que con estos recursos se podrá dar un bienestar eficiente a la empresa, es decir con las herramientas, maquinarias, útiles de oficina, muebles entre otros, se podrá obtener una producción con ganancias que sobrepasen los inesperado.

- Riesgos crecientes: son las características que se desarrolla en el transcurso de su desarrollo hasta llegar a la formalización. Además, este riesgo existente que tiene la empresa es la demanda del mercado, la producción, el valor que se gasta para poder renovar o crear nuevos productos, y también las situaciones de financiamiento, la verificación de productos y servicios que se crean para hacer frente a la competencia.

Los microempresarios se ven expuestos a estas situaciones por la mejoría de su empresa, y se origina el cambio para crecer empresarialmente, por la razón de innovar sus productos o crear otros para sobresalir y del mismo modo ayuda a diferenciarse frente a la competencia.

- Administración de resultados: en este factor es el conjunto de todos los puntos mencionados anteriormente, el acostumbrarse al ámbito que le rodea, y adaptarse a los cambios, con el fin de conseguir un buen rendimiento, vencer los peligros que se dan para la mejoría organizacional, y el resultado será positivo.

Esta administración son resultados que se da conforme el desarrollo de la microempresa, y es necesario para obtener rentabilidad.

2.2.3.3. *Limitaciones de las microempresas.*

Factores administrativos

Las limitaciones de las microempresas, están relacionadas a la gestión de recurso humanos, aspectos contables y financieros, estos son los temas identificados y con mayor importancia para todo empresario que quiere realizar para su negocio propio. (Avolio, Mesones y Roca, 2011)

La gran cantidad de microempresas no cuentan con gestión de recursos humanos, contabilidad, áreas de finanzas entre otras áreas más, por eso la gran mayoría de estas empresas no tienen una durabilidad en el mercado y no hacen un crecimiento empresarial desde el tiempo que se planearon.

Avolio, Mesones y Roca (2011) consideran que los microempresarios en un corto plazo, dejan a sus hijos como dueño para que tomen la posta profesional. La sucesión de la empresa es basada una generación de capital humana, en la cual trabajarían igual que los fundadores y eso son los problemas de cada empresa.

Los que nos dice lo autores es que los microempresarios, piensan que sus hijos serán los sucesores de sus negocios ya que por eso los mandaron a prepararse y así puedan tomar decisiones parecida al creador de la empresa para obtener ingresos más altos, pero sobre todo puedan realizar logros como ellos mismos han logrado.

explica que las microempresas suelen ser de familiares con recursos locales, escasa dotación de capital y tecnología con una fuerza de trabajo no adecuada que se adquirió con conocimientos fuera del sector educativo académico.

En el Perú el mayor funcionamiento es que contratan a familiares ya que el costo sería menos, pero eso perjudica ya que son familiares la confianza que hay perjudica el crecimiento de la empresa internamente, pero a la vez los conocimientos son escasos y eso no aportaría al negocio.

Rivero (2001) citado por Velazco (2006) considera que las microempresas tienen un comercio y prestación de servicio muy pequeña para una sociedad socioeconómica de producción, ya que no requieren mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente en los recursos.

Lo que explica el autor que las microempresas no tienen la necesidad de gastar demasiado como una empresa grande ya que forman un capital para sí mismo, y eso ayuda a que su productividad crezca de a poco y sea eficiente en el mercado.

Factores operativos

Avolio, Mesones y Roca (2011) explican que la gran cantidad de microempresarios poseen un conocimiento muy básico sobre el control de inventario, es por eso que generalmente lo llevan manualmente y eso hace que el tiempo invertido en costo este registrado en el movimiento de entrada y salida.

Como microempresarios no manejan lo que es un inventario, es por eso que al no manejar las herramientas que se necesita para una producción rápida, solo realizan lo que saben y eso atrasa el pedido que deben de hacer y eso hace que el crecimiento de la empresa sea más lento.

Factores estratégicos.

Los factores que más se destacaron son: la identificación el acceso a capital, la falta de una visión de largo plazo y planeamiento y la investigación y conocimiento de mercados. (Avolio, Mesones y Roca, 2011).

La gran mayoría de microempresario al no tener los conocimientos que debe llevar una empresa, empiezan a tomar decisiones incorrectas, no tienen una visión o misión para el negocio, la investigación para competir en el mercado es muy bajo. Es por eso que contratan a otras personas para que hagan esa labor y es ahí donde hay gastos altos.

Se demuestra que las microempresas continúan siendo empresas, en las cuales tienen oportunidades y amenazas, para que puedan seguir creciendo, pero dependiendo de otros factores que no es necesariamente estén ligados a su tamaño de mercado. (Velazco, 2006).

Las microempresas para que tengan un crecimiento continuo deben de depender otros factores que le puedan ayudar, se sabe bien que estas microempresas seguirán siendo empresas en la cual sus ingresos serán buenos, no como las grandes empresas.

2.2.3.4. *Las Microempresas en el Perú*

En el informe analítico sobre los resultados de la estructura empresarial general publicado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática ([INEI], 2015), informó que en el año 2016 los empresarios empezaron a crecer, las microempresas con 2'011,153 representan el 94,7%, las pequeñas empresas con 92,789 representan 4,4%, las grandes y medianas empresas con 13,031 representan 0.6% y la de administración pública con 7,307 representan un 0,3%.

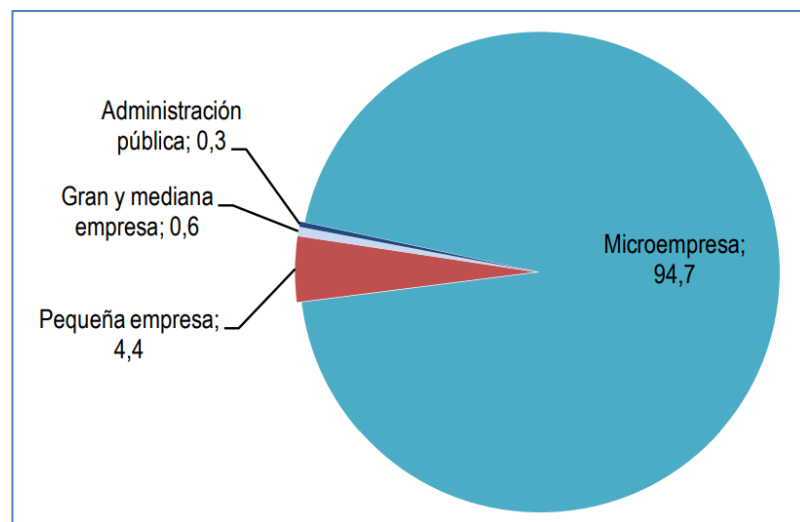


Gráfico 1. Empresas por segmento empresarial, 2016 (Fuente: INEI)

Lo que se analiza es que las microempresas tienen un porcentaje más amplio que los demás sectores, en la cual indica que están creciendo rápidamente y hay más emprendedores, que quieren salir adelante con su negocio y así dando trabajo a más personas.

Los resultados de la estructura empresarial general evidenciaron que en el año 2016 las microempresas han tenido un crecimiento de 4,0% respecto al año pasado, las pequeñas empresas tienen un 3,1%, las grande y medianas empresas con un 4,3% y las unidades de administración pública con un 4,7%. (INEI, 2016).

Tabla 1.

Perú: Empresas registradas como personal natural, según segmento empresarial, 2015-16

Segmento empresarial	2015	2016		Var % 2016/15
		Absoluto	Porcentaje	
Total	1 564 799	1 608 960	100,0	2,8
Microempresa	1 549 897	1 593 825	99,1	2,8
Pequeña empresa	14 617	14 758	0,9	1,0
Gran y mediana empresa	285	377	0,0	32,3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e informática, 2016.

Esta tabla indica que las microempresas han generado un incremento positivo que el año 2016, es decir que los años continuos seguiran en una mejora y eso ayudara al crecimiento económico del empresario, del país y también incremento de empleo

2.2.4. Estratégias competitivas genéricas

2.2.4.1. Liderazgos en costes

Según Sainz (2017) demostró que los liderazgos es ofrecer sus costes de sus productos por debajo a la competencia, el fin de esta estrategia es ganar una contribución en el mercado, recibiendo a cambio una gran cantidad de clientes, y para realización dicha operación , es necesario que los costes al

realizar sus productos sean mínimos, es decir bajar el valor de la producción, el de los insumos y debe realizarse de manera anual; esta es una alternativa estratégica que toman los microempresarios para tener éxito.

Los microempresarios para mantenerse en el mercado, y hacer frente a la competencia, realiza estrategias respecto a los precios de sus productos finales, con la finalidad de atraer posibles clientes y permanezcan de manera definitiva con ellos, sin embargo, estos microempresarios deben reducir sus costos de producción por la razón de obtener éxito empresarial.

Vallet (2015) cita la información de Porter (1982) consideró que la empresa debe de bajar sus precios en función a la competencia y la persona encargada de la gestión debe de llevar de manera eficiente las compras, la distribución entre otros; para reducir los costos, y producir un buen servicio o producto; esta estrategia se enfoca más del área del marketing ya que si baja sus costos en la producción de sus productos influirá con el precio a lo que los vende, para que de esta manera tener beneficios.

Esta estrategia tiene factores en contra que pueden permitir que el consumidor no quiera enfocarse en el precio, sino que ahora se enfoca en las bondades del producto, es decir como su diseño, entre otros. Y dejan de lado los precios aptos para ellos.

2.2.4.2. *Diferenciación*

Se ha demostrado que la estrategia de la diferenciación, se basa una vez que las microempresas han obtenido clientes definitivos, después de ello

buscan crear nuevos productos que son distintos a la de la competencia, así mismo es buscar ser exclusivos con los clientes, y estos puedan pagar sin ningún problema el producto, ya que le añadiremos un valor agregado. (Sainz ,2017)

Las micro o pequeñas empresas, realizan estrategias para mejorar su competitividad, es así que la innovación es la base para mantenerse en el mercado. Además, la diferenciación no es solo crear nuevos productos, sino mejorar el producto, es decir; dar un valor extra que al público potencial pueda comprar sin objetar.

Kotler (1992) citado por Vallet (2015) indico que la diferenciación va más allá de crear un nuevo producto, sino es añadir un valor extra al producto que se ofrece; por ejemplo: como en la venta autos, muebles, bebidas, etc.

Las empresas siempre innovan cada año en sus servicios. Por ello las grandes empresas continuamente lo realizan, y fabrican con materiales de buena calidad, y por consiguiente los precios suben, y si suben la empresa aumenta su rentabilidad.

2.2.4.3. *Focalización*

Se ha afirmado que el factor focalización es dirigirse a un solo objetivo, es decir en la búsqueda de enfocarse a un solo segmento, para esto se estudiara sobre las exigencias de sus necesidades, como sus deseos, y lo que está dispuesto a comprar. Así mismo esta estrategia permite que los gastos se

reduzcan, ya que solo será enfocada a un segmento específico, es ahí que se empleara el marketing para vender el producto estudiado. (Sainz ,2017)

La mayoría de las microempresas solo se enfocan en un segmento, ya que la mayoría son talleres de costura, internet, lavado de autos, entre otros; estos negocios solo se enfocan en el público que les rodea, colocan precios según la demanda de mercado, y lo que están dispuestas a pagar, así mismo buscan no expandirse a otro público, por el hecho que no están dispuestos a invertir.

2.2.5. Emprendimiento

2.2.5.1. Definición de emprendimiento

Aubert (2006) citado por Jaramillo, Morales, Escobedo y Ramos (2013) consideran la capacidad de un emprendedor no se puede determinar por la edad que tenga, la innovación tiende hacer una mayor propensión en el límite de edad, solamente el problema que traería para una persona mayor en el tiempo actual es por la pérdida de habilidad y falta de adaptación al cambio.

Lo que explica, es que la innovación no hay límite de edad, si la persona tiene la visión de lograr el objetivo de emprender lo podrá realizar, y trazar su objetivo ya planificado pero el límite que le daría es la adaptación al tiempo que se vive, ya que se vive en un mundo cambiante.

Se considera que la motivación de un emprendedor es la adquisición de información y el conocimiento por las capacitaciones brindadas; es por ello, que la capacidad de innovación de los emprendedores es el elemento del capital humano. (Jaramillo, Morales, Escobedo y Ramos, 2013).

Lo que tratan de decir es que el emprendedor debe estar totalmente informado a que sector se quiera dirigir y que rubro en el mercado va querer brindar, es por ello que hay capacitaciones para que los emprendedores tomen las mejores decisiones en el ámbito empresarial.

Se ha afirmado que las condiciones locales dentro de un contexto social y económico, y esto ha ayudado que los emprendedores se vayan desarrollando durante el tiempo. Los niveles del gobierno han diferenciado las políticas públicas, es por medio de eso que hay redes sociales formales e informales, y eso significa entre pertenecer y relacionarse socialmente. (De Carolis, 2009, en Jaramillo, Morales, Escobedo y Ramos, 2013).

Se puede considerar que el gobierno que rige esta diferenciado por las políticas que proponen, y es por eso que las microempresas toman la medida de optar, en ser empresas legales sabiendo las restricciones que pondrán o ser empresas ilegales que evaden impuestos.

2.2.5.2. Tipos de Emprendedor

Visionario

Belausteguigoitia (2010) demostró que el comportamiento de un emprendedor va mejorando de su diferencia empírica, y eso incrementa a tomar riesgos, para desarrollar productos nuevos, procesos y servicios.

Los emprendedores, siempre sobresalieron antes la circunstancia, no se han limitado y buscan siempre innovar para brindar a sus clientes diferenciación.

Inversionista

Indica que los recursos se refieren principalmente en el capital, algunas personas consideran que son más importantes las oportunidades y el equipo, por lo cual generalmente no es así. Los recursos suelen apoyar a las empresas y eso ayuda a que los equipos persigan buenas oportunidades. (Timmons y Spinelli 2003, en Belausteguigoitia, 2010)

Especialista

Considera que la oportunidad se realiza espontaneo durante años de esfuerzo, para el reconocimiento, se necesita varios talentos para moldearla y en entre eso se destaca la creatividad que se percibe lo que otras personas no llegan a ver. Lo que implicaría el conocimiento específico para el área en cuestión, principalmente en el mercado. (Timmons y Spinelli, 2003, en Belausteguigoitia, 2010).

Lo que nos explica el autor es que las oportunidades de logro se pueden realizar, pero pasara en un tiempo largo, en donde se verá los resultados alcanzados, para eso se necesitara un conocimiento amplio en las áreas designadas.

Intuitivo

Timmons y Spinelli (2003) citado por Belausteguigoitia (2010) consideran que la pieza fundamental de un equipo es el líder, ya que ellos son los únicos que pueden influenciar en su equipo. También puede contar con un equipo cohesivo, que deba de tener habilidades y compromiso, eso sería una fortuna

para las organizaciones. En las empresas familiares puede existir una sinergia en una generación mayor y menor para que den resultados espectaculares.

Durante años la persona que lleva al equipo a la meta y al objetivo propuesto es el líder, ya que cuentan con la capacidad de lograrlo, es por eso que siempre buscan personas que sean capaces y comprometido para las organizaciones. Ahora si eso se aplicara en los negocios familiares, entonces habría resultados positivos.

2.2.5.3. *Emprendimiento en el Perú*

Global Entrepreneurship Monitor y ESAN (2018) menciona que el Perú ocupa el primer puesto en tener un espíritu emprendedor con un puntaje de 0.37 en toda América Latina, según los resultados respecto a los demás países esta sobre el promedio ya que Colombia obtuvo 0.29, Ecuador y Chile 0,28 de los cuales ocupan el segundo y tercer puesto respectivamente.

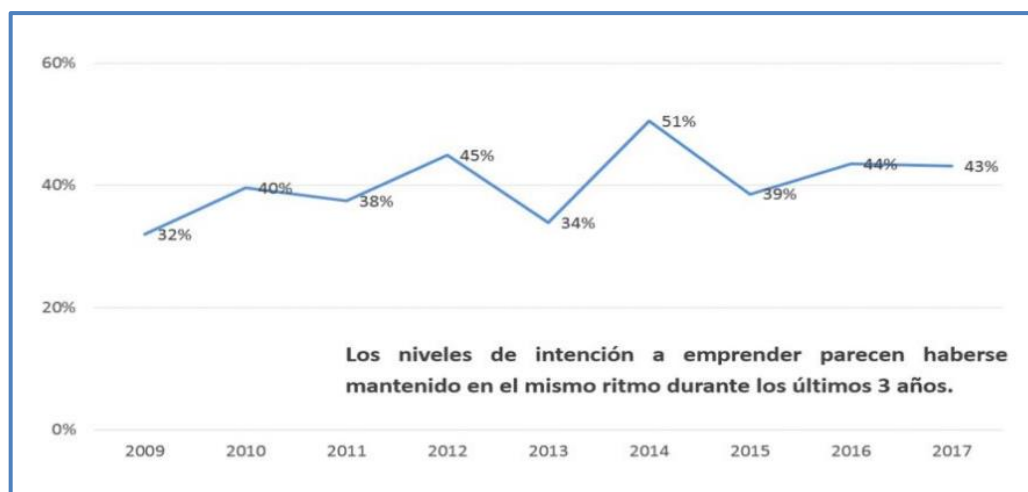


Gráfico 2. Emprendimiento en el Perú. (Fuente: GEM Y Esan, 2018)

“El Perú es uno de los países con mayor intención para emprender en Latinoamérica. El 43% de los peruanos están dispuestos a iniciar un

negocio en los próximos tres años”, señaló Jaime Serida, profesor de ESAN y líder del equipo GEM, capítulo Perú.

Lo se puede analizar es que el emprendimiento en el Perú es óptimo, debido a los empresarios que quieren salir adelante con un negocio propio, así mismo la debilidad que presenta en la falta de ambición a seguir creciendo y realizar exportaciones puesto que no se tiene la tecnología necesaria y eso limita a los empresarios. Así también en el factor cultural permite que instauran nuevas ideas empresariales y no sancionar un fallo en la empresa, esta nota ha ido yendo de manera favorable en los últimos años

2.3. Definición de Términos Básicos

Competencia:

Según Alles (2002) afirma que “la competencia se fija para la empresa en su conjunto, y luego por área y nivel de posición. En función de ellas y del grado de necesidad fijado para cada puesto se evaluará a la persona involucrada. Habitualmente, las competencias se fijan sobre una escala de puntuación”. (p 97)

Estrategia:

Hax y Majluf (2004) indica que “la estrategia es un medio de establecer el propósito de la organización en termino de sus objetivos a largo plazo, sus programas de acción y sus prioridades en materia de asignación de recursos”. (p 24)

Crecimiento:

Castellanos y Peña (2007) citan la información de Hodge, Anthony y Gales (2003) según la cual “una organización puede definirse como dos o más personas

que colaboran dentro de unos límites definidos para alcanzar una meta común”. (p 19)

Emprendedor

Olmos (2007) cita la información de Hisrich y Peters (2002) según lo cual “el emprendedor es un tipo de personas por lo regular con impulsadas por ciertas fuerzas, como la necesidad de obtener o lograr algo, de experimentar, de realizar, o quizá de librarse de la autoridad de otros”. (p 2)

Liderazgo

Como roles y procesos que facilitan a los grupos de personas de trabajar de manera afectiva y relevante hacia un bien común, esto se consigue mediante tres elementos básicos generar, direccionar, facilitar información y crear compromiso. (Gioya y Rivera, 2008, p. 5)

Virtualización

“Una transformación de los formatos publicitarios tradicionales, nos encontramos con herramientas, que, o bien asimilan formas tradicionales de comunicación (e ales, Wom, emails, buzzing, redes sociales)” (Fernández, 2009, p. 107)

Estabilidad laboral

“Puede ser clasificada en estabilidad absoluta, que sanciona el despido ilícito con la reposición del trabajador, y estabilidad relativa, que lo penaliza con el pago de una indemnización”. (Ferro, 2015, párr. 1)

Rentabilidad

Brun, Elvira y Xavier (2012) sostiene que es una variación, expresada normalmente en tanto por ciento, que experimenta el valor de un activo durante un cierto periodo de tiempo. Esta variación, que se expresa en porcentaje, puede ser positiva o negativa”. (p. 47)

Liquidez

“Es un prerrequisito para muchos inversionistas, es la capacidad de convertir una inversión en efectivo y sin perder valor”. (Urbina y Aranda, 2016, p.86).

Remuneración

Castro y Moya (2015), citan la información de Chiavenato (2017), da importancia a una estructura remunerativa dentro de la organización, en el cual destacará prestaciones sociales, seguridad en el trabajo y unos de los factores más importante en el subsistema en retención de recursos humanos. (p.33)

Reconocimientos laborales

Manzano, Martín y Ruiz (2012) citan la información de Medina y Sanz (2009), el reconocimiento profesional que han adquirido experiencia durante varios años por medio de vías formales que ha constituido favorecer una medida clave formando profesionales, es por eso que se ha facilitado empleabilidad. (p.659)

CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS

En la siguiente investigación es de tipo descriptiva y no se formulará hipótesis, ya que no se pronostica cifras en la variable factores endógenos.

Hernandez (2010) menciona que la hipótesis descriptiva:

“No todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio. Las investigaciones cuantitativas que formulan hipótesis son aquellas cuyo planteamiento define que su alcance será correlacional o explicativo, o las que tienen un alcance descriptivo, pero que intentan pronosticar una cifra o un hecho”

3.1. Operacionalización de Variables

Tabla 2.

Matriz de Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable independiente Factores endógenos	Los factores endógenos influyen en la competitividad de las empresas sociales porque representa un mecanismo para lograr los efectos esperados de su operación y permitirá a estas unidades productivas lograr el propósito social por el cual fueron creadas, brindando herramientas concretas para el establecimiento de estrategias de negocios pertinentes. (Olivares et al., 2016)	Segun Antognolli y Lecuona (2012) consideraron que los factores internos son las capacidades endogenas para emprender un negocio, es decir; en los conocimientos, tener una visión al negocio, tener una diferente cultura, donde personas que no son pertenecientes a la familia toman su lugar como líder y administrador de la empresa.	Administración de Recurso Humanos	Condiciones laborales (1) Remuneración (2) Reconocimiento (3) Capacitación (4) Estabilidad laboral (5) Linea de carrera (6)
			Administración de Mercadotecnia y Ventas	Ubicación del terreno (7) Cartera de clientes (8) Liderazgo (9) Eficiencia (10) Atencion al cliente (11) Alianza estrategica(12)
			Capacidad financiera	Liquidez (13) Patrimonio (14) Deudas (15) Inversión (16) Rentabilidad (17)
			Desarrollo Tecnológico e Innovación	Sistemas de informacion (18) Estrategias creativas (19) Conocimientos (20) Virtualizacion (21)
			Estructura Organizativa	Trabajo planificado (22) Funciones aprendidas (23) Puestos jerarquicos (24) autoridad de mando (25)

Aplicación de la escala de Likert con 1: nunca; 2: muy pocas veces; 3: algunas veces ; 4: casi siempre; 5: siempre

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Tipo de Diseño de Investigación.

La investigación es de tipo Básica no experimental con nivel descriptivo.

La investigación es de tipo básica ya que “no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad” (Carrasco, 2007, p.43)

Carrasco (2007) menciona que el diseño no experimental “son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional, y no poseen grupo de control, ni mucho menos experimental. Analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (p 71).

Nivel de investigación

Carrasco (2007) menciona que el nivel de investigación descriptiva:

Responde a las preguntas ¿cómo son? ¿Dónde están?, ¿cuántos son?, ¿quiénes son?, etc.; es decir, nos dice y refiere sobre las características, cualidades externas e internas, propiedades y rasgos esenciales de los hechos y fenómenos de la realidad, en un momento y tiempo histórico concreto y determinado. (p 41)

Tiene investigación explicativa y descriptiva con Diseño Transversal

Carrasco (2007) indica que el diseño transversal o transaccional “se utiliza para realizar estilos de investigación de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado del tiempo” (p 72)

Estudio	T1
M	O

Dónde:

M: Muestra

O: Observación

4.2. Material de Estudio.

4.2.1. Unidad de estudio.

La unidad de estudio de la investigación es una microempresa de la Urbanización Villa Sol, ubicada en el distrito de los Olivos.

4.2.2. Población.

El universo poblacional en esta investigación está conformado por 86 microempresas pertenecientes al Rus y Régimen especial del distrito de Los Olivos de Villa Sol en el año 2018. De la cual se tomará como población las 86 microempresas.

Carrasco (2008) afirma que la población “es el conjunto de todos los elementos (unidades de análisis) que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación”. (p 237)

4.2.3. Muestra.

La muestra de estudio será de tipo probabilística, por tal sentido se tomará a 70 microempresas de la Urbanización de Villa sol.

Carrasco (2008) indica que la muestra es una parte del fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población” (p 237).

Formula de la muestra:

$$n = \frac{(p \cdot q)z^2 \cdot N}{E^2(N - 1) + (p \cdot q)z^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, $z=1.96$

E: Máximo error permisible, es decir un 5%.

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{(0.50 \times 0.50)1.96^2 \cdot 116}{0.05^2(86 - 1) + (0.50 \times 0.50)1.96^2}$$

$$n = 70$$

4.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos.

4.3.1. Para recolectar datos.

La técnica a emplear en esta investigación será la encuesta para la cual se empleará como instrumento el cuestionario que consta de 25 preguntas realizadas a la unidad de análisis.

Carrasco (2008) indica que la encuesta es una técnica para la investigación social por excelencia debido a su utilidad, versatilidad, sencillez y objetividad de los datos que con ella se obtiene (p. 131).

Carrasco (2008) refiere que el cuestionario es el instrumento más usado cuando se estudia gran número de personas, ya que permite una respuesta directa, mediante la hoja de preguntas que se le entrega a cada una de ellas. Las preguntas estandarización se preparan con anticipación y previsión. (p. 318).

4.3.2. Para analizar información.

La validez de los instrumentos será realizada a través de 5 jueces expertos quienes determinarán si es factible mi cuestionario.

Este instrumento de investigación es aplicado a los microempresarios de La Urbanización Villa sol.

La confiabilidad del instrumento se llevará a cabo mediante la prueba estadística Alpha de Cronbach el cual se basará en 25 preguntas realizadas a la muestra.

La confiabilidad del instrumento representa el grado de relación entre sus variables a través de una medición en un determinado tiempo. (Carrasco, 2005, p. 339).

Tabla 3.

Procesamiento de datos

		N	%
Casos	Válido	70	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	70	100,0

Fuente: SPSS Versión 22

Tabla 4.

Estadística de fiabilidad de Factores Endógenos

Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,841	25

Fuente: SPSS Versión 22

Se observa en la tabla 4 un Alpha de Cronbach de 0.841, lo cual indica que existe un nivel muy bueno de confianza del cuestionario. Ello está basado en las 25 preguntas realizadas a la muestra.

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

5.1. Resultados Descriptivos

Variable: Factores Endógenos

Tabla 5.

Distribución de frecuencias de Factores Endógenos

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	BAJO	29	41,4	41,4	41,4
	MEDIO	36	51,4	51,4	92,9
	ALTO	5	7,1	7,1	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 22

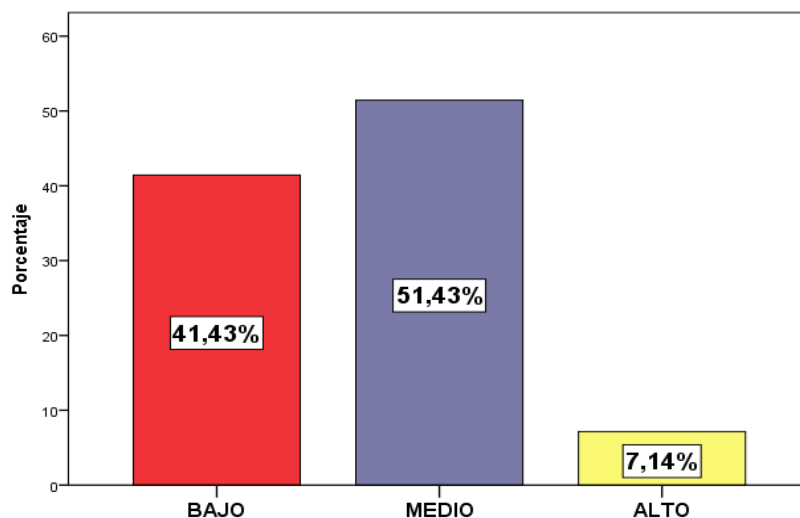


Gráfico 3. Factores Endógenos (Fuente: SPSS 22)

Las microempresas encuestadas no cumplen con sus factores endógenos, ya que se evidencia que el 51.43 %, no distinguen cuales son esos factores endógenos que le permitan mejorar sus decisiones a cerca de la administración de mercadotecnia y ventas, capacidad financiera, administración de recursos humanos, desarrollo tecnológico e innovación y estructura organizativa.

Dimensión: Administración de mercadotecnia y ventas

Tabla 6.

Distribución de frecuencias Administración de Mercadotecnia y Ventas

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	BAJO	60	85,7	85,7	85,7
	MEDIO	10	14,3	14,3	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 22

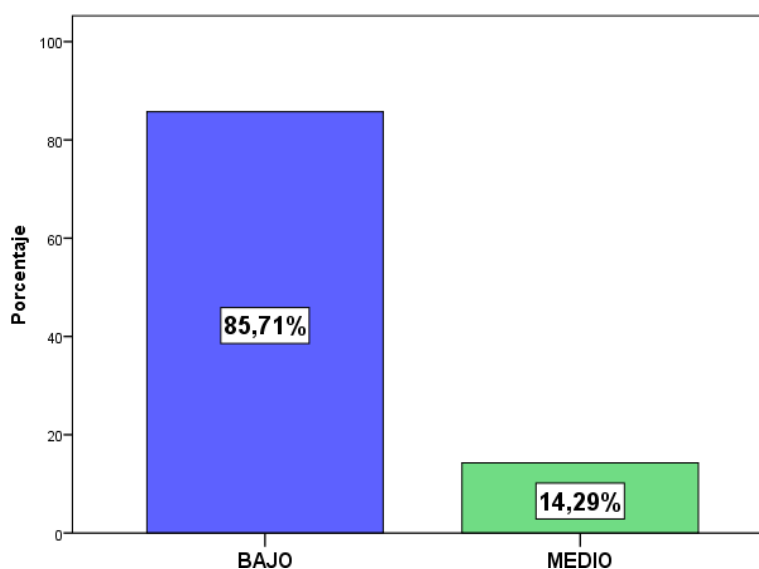


Gráfico 4. Administración de Mercadotecnia y Ventas (Fuente: SPSS 22)

Se puede observar que los microempresarios que se han encuestado indicaron que han presentado desventajas en el conocimiento en su administración de mercadotecnia y ventas, ya que se reflejó que el 85.71% no cuentan habilidades de ventas, no generan estrategias para tener una buena ubicación de la empresa y no poseen alianzas que les permita acceder a más consumidores y a tener un soporte mutuo entre empresas.

Dimensión: Capacidad Financiera

Tabla 7.

Distribución de frecuencias Capacidad Financiera

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	BAJO	38	54,3	54,3	54,3
	MEDIO	25	35,7	35,7	90,0
	ALTO	7	10,0	10,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 22

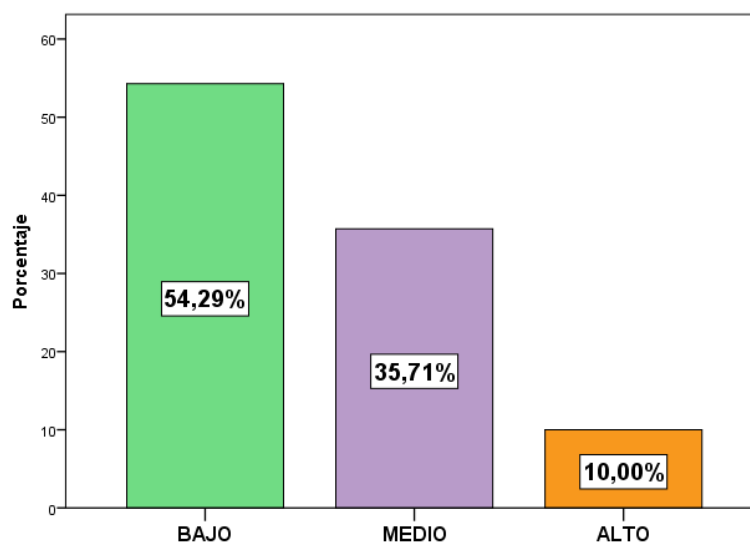


Grafico. 5. Capacidad financiera (Fuente: SPSS 22)

Se puede observar que las microempresas que se han encuestado no cumplen sus necesidades de capacidad financiera, ya que se manifestó que el 54.29%, no cuentan liquidez que les permita mejorar o invertir en gastos operativos y han presentado deudas por los préstamos debido al mal uso de su rentabilidad, sin realizar un previo análisis de sus gastos o ingresos.

Dimensión: Administración de Recursos Humanos

Tabla 8.

Distribución de frecuencias de Administración De Recursos Humanos

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	BAJO	48	68,6	68,6	68,6
	MEDIO	22	31,4	31,4	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 22

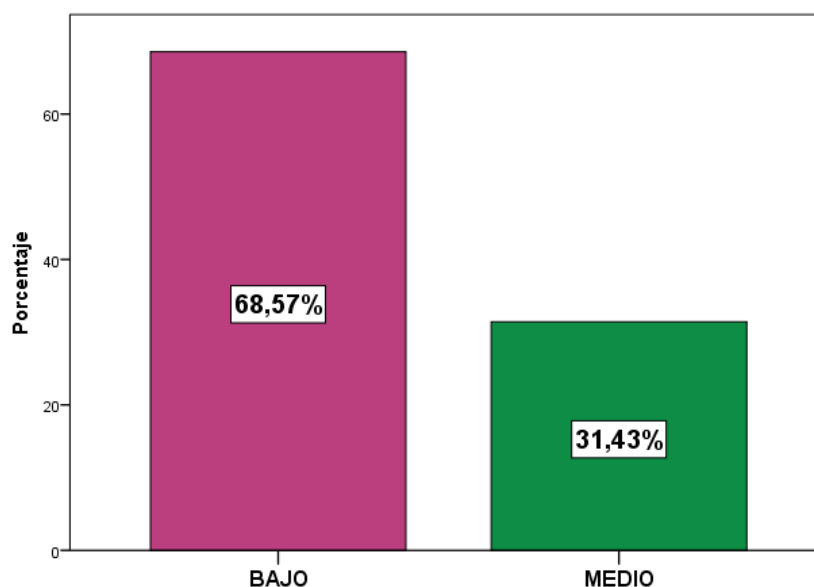


Gráfico 6. Administración de Recursos Humanos (Fuente: SPSS 22)

Se puede observar que las microempresas que se han encuestado no satisfacen sus necesidades entorno a la Administración de Recursos Humanos ya que se evidencio que el 68.57% no realizan capacitaciones permanentes a sus trabajadores para mejorar o elevar sus ingresos de la empresa; así también no cuentan con beneficios de ley, ni reconocimientos, para mejorar su estabilidad laboral.

Dimensión: Desarrollo Tecnológico e Innovación

Tabla 9.

Distribución de frecuencias Desarrollo Tecnológico e Innovación

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	BAJO	20	28,6	28,6	28,6
	MEDIO	36	51,4	51,4	80,0
	ALTO	14	20,0	20,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 22

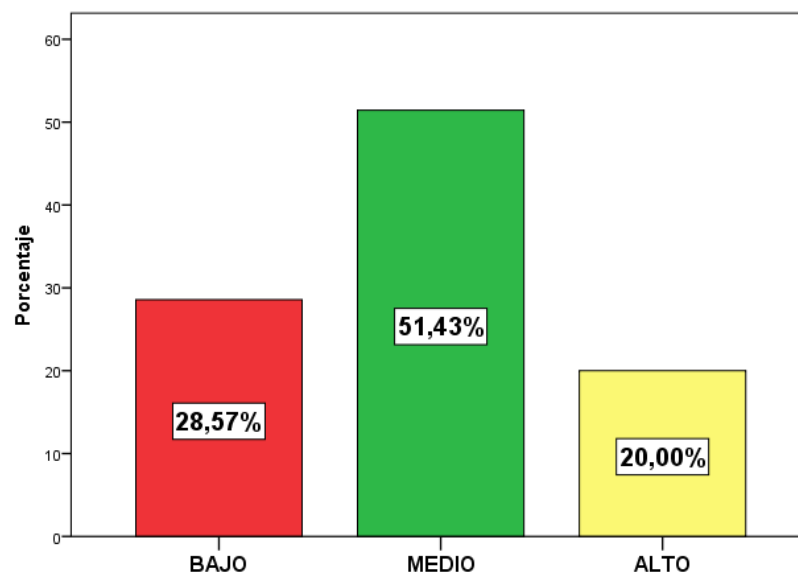


Gráfico 7. Tecnológico e Innovación (Fuente: SPSS 22)

Las microempresas que se han encuestado satisfacen sus necesidades entorno desarrollo tecnológico e innovación, ya que se evidencio que el 51.43% cuenta con tecnología virtual actualizada más accesible (redes sociales) ya que le permite de manera fácil transferir información de sus productos hacia sus clientes; los sistemas de información la mayoría los llevan a cabo para mejorar la administración de su información y la innovación brindando nuevas ideas para la promoción de sus productos o mejorarlos.

Dimensión: *Distribución de frecuencias Estructura Organizativa*

Tabla 10.

Distribución de frecuencias Estructura Organizativa

		FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VÁLIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
Válido	MEDIO	56	80,0	80,0	80,0
	ALTO	14	20,0	20,0	100,0
	Total	70	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Versión 22

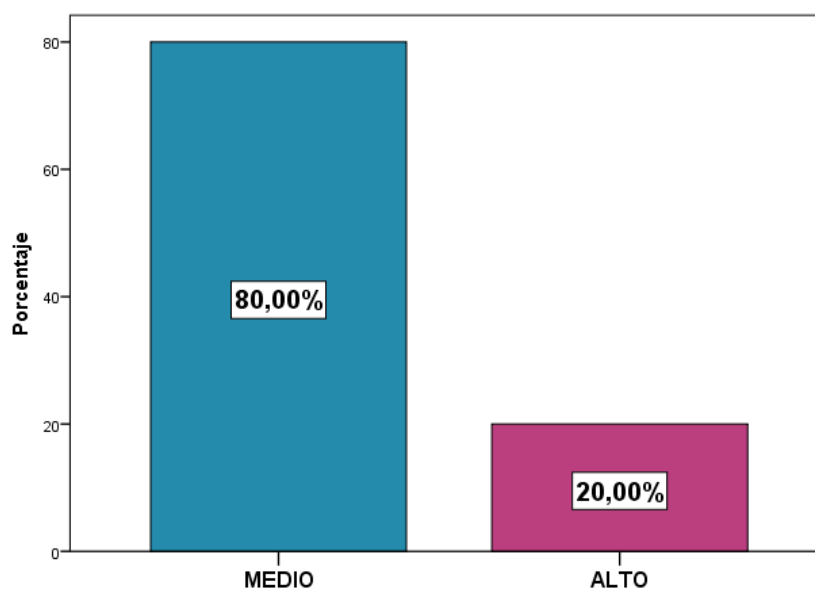


Gráfico 8. Estructura Organizativa (Fuente: SPSS 22)

Se puede observar que las microempresas que se han encuestado satisfacen sus necesidades entorno a la estructura organizativa ya que se evidencio que el 80% de las microempresas indican que sus trabajadores conocen sus funciones, conocen la autoridad de mando de la estructura jerárquica para la coordinación de decisiones, debido al ser una microempresa hay más acceso de comunicación con su superior.

DISCUSIÓN

De acuerdo los resultados obtenidos en la investigación, se acepta la hipótesis general planteada, la que afirma que los factores endógenos influyen y hay una relación con el crecimiento empresarial en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.

Respecto a la investigación de Treviño (2013) indica que la planificación es un factor importante para obtener utilidades en la empresa, donde la escasez del conocimiento en la gestión, fomenta la repercusión en el control, análisis, de las finanzas en la empresa. Existe un desacuerdo acorde a lo investigado ya que los resultados indican que la administración de mercadotecnia y ventas de las microempresas presenta un nivel bajo con un 85.7% y nivel medio siendo la mayoría, y el nivel medio con un 14.3%.

Los hallazgos de Platero (2014) sostiene que uno de los factores internos y estratégicos de una microempresa española es la innovación, donde el trabajador debe generar capacidades innovadoras, para lograr competitividad y sostenerse en el mercado. De acuerdo con lo investigado el desarrollo tecnológico e innovación son factores que las microempresas están recepcionando para el bienestar social, así también algunas lo están llevando a cabo con los recursos que tienen a la mano, como la virtualización, por ello se ve reflejado en los resultados teniendo un nivel medio con un 51.43%, bajo con un 28,57% y alto con 20%.

En relación a lo investigado por Gomes (2013) respecto a los factores que inciden en el crecimiento indica, que el factor primordial para los microempresarios es la capacitación hacia los trabajadores ya que influye en mejorar la visión, la misión y la cultura de la empresa, para escaparse del quiebre empresarial. Por ello existe un

desacuerdo a lo investigado ya que el factor administración de recursos humanos, presenta un nivel bajo con un 68,57%, debido que, para los microempresarios, las capacitaciones a sus trabajadores no tienen un grado de importancia mayor para incrementar sus ingresos.

Respecto a la investigación de Arzola (2017) menciona que los factores que intervienen en el crecimiento empresarial, y presentan un impacto bajo son: la gestión de conocimiento, financiamiento y la motivación del dueño; y con un nivel alto, el factor tamaño de la empresa, donde la carencia de conocimiento y motivación no influye en que sus ingresos se eleven. De acuerdo a lo investigado, el factor conocimiento está incluido dentro de la administración de mercadotecnia y ventas con un 85,7%; y la motivación, en la administración de recursos humanos con un 68,6% donde los resultados mostraron que ambos factores presentan un nivel bajo en el crecimiento empresarial.

Los hallazgos investigados de Gonzales (2014) indica que los factores de la gestión empresarial que inciden competitividad en las MYPES, han presentado un desconocimiento en la tecnología, en las operaciones logísticas y las capacidades innovadoras, donde las deficiencias empresariales de las empresas se han visto reflejadas en el mercado. Por tal existe un acorde a lo investigado, porque los factores de desarrollo tecnológico e innovación y la administración de mercadotecnia y ventas han presentado un nivel medio y bajo respectivamente; esto quiere decir que la mayoría de microempresarios no cuentan con una educación superior, para ser capaces de administrar sus recursos, e implementar tecnología de desarrollo que permitan afrontar los problemas. En consecuencia, el resultado de la investigación afirmó que más del 80% no presentan un conocimiento administrativo en las estrategias para la ubicación de la empresa (estudio de mercado) y de la mala atención al público.

CONCLUSIONES

1. Respecto al objetivo general; se logró conocer el nivel de los factores endógenos competitivos en las microempresas de la Urbanización Villa Sol ubicado en el distrito de Los Olivos, en el año 2018. Se concluyó que el 51.43 % de los encuestados presento un nivel medio en los factores endógenos, un nivel bajo con un 41.43% y un nivel alto con 7.14%, lo cual indica que los microempresarios aun no distinguen cuales son esos factores que les permiten tomar decisiones acerca de la administración de mercadotecnia y ventas, capacidad financiera, administración de recursos humanos, desarrollo tecnológico e innovación y estructura organizativa.
2. El factor administración de la mercadotecnia y ventas presento un nivel bajo con un 85.71% , pues la mayoría de los microempresarios consideran que presentan desventajas en su administración, puesto que los conocimientos para gestionar una empresa no son importantes, es decir que existe falta de desenvolvimiento en las habilidades de ventas para la buena atención al cliente , no se preocupan en generar estrategias para la buena ubicación de la empresa para mejorar la acogida de sus consumidores; no poseen alianzas estratégicas con otras empresas de las cuales pueden obtener un soporte mutuo, así también la búsqueda de nuevos clientes y la variación de productos se mantienen estáticos durante años limitándole a tener más ingresos, debido que carecen de algún tipo de conocimientos de alguna actividad que impliquen estrategias, métodos y procedimientos.
3. La administración de recursos humanos presento un nivel bajo con un 68.57%, donde la mayoría de microempresarios consideran que las capacitaciones a sus

trabajadores no son importantes para poder elevar su ingresos , ya que existe pocas ventas, y ha repercutido en las condiciones laborales de ley hacia sus trabajadores porque no se encuentra en planilla a su vez en su estabilidad laboral, indicando que sus trabajadores no se encuentran seguros en sus empresas, así mismo existen pocos reconocimientos (verbales o monetarios) o líneas de carrera, en otras palabras no existe un trato diferenciado para influir en su motivación y a la par en su remuneración ya que no es acorde a la productividad .

4. El factor capacidad financiera presenta un nivel bajo, con un 54.24%, se debe señalar que este porcentaje, ha manifestado que las microempresas no cuentan con una aceptable liquidez para invertir en gastos operativos, allí es donde empiezan a tallar las microfinancieras que han prestado a estas personas dinero para que inviertan y expandan su negocio, sin un previo análisis de su rentabilidad es decir de sus gastos o ingresos, que finalmente han originado las deudas; sin embargo el patrimonio de su empresa se ha fortalecido indicando que han comprado recursos tangibles para la producción de sus ventas.
5. El desarrollo tecnológico e innovación presenta un nivel medio con un 51.43% , se debe a que la gran mayoría de los microempresarios reconoce que la tecnología en lo que respecta la virtualización (redes sociales) le ha permitido a las empresas transferir la información de sus productos hacia sus clientes; los sistemas de información algunos los están llevando a cabo, para mantener en orden sus actividades sobre su ingresos o egresos; lo que respecto a la innovación, existe estrategias de creatividad por parte de los microempresarios brindando nuevas ideas para realizar nuevos productos o mejorarlos; todo ello a que la mayoría de

microempresarios o trabajadores presentan conocimientos acerca de la tecnología mencionada.

6. La estructura organizativa presenta un nivel medio con un 80%, pues la gran mayoría de microempresas manifiestan que poseen una estructura jerárquica definida, es decir que los trabajadores conocen sus funciones de trabajo, que previamente es planificado para su delegación y por ende en sus resultados; así mismo al ser una microempresa, los trabajadores conocen la autoridad de mando para la coordinación de decisiones, ya que hay un fácil acceso de comunicación con su jefe superior.

PROPUESTAS

Propuesta 1: Factor de administración de mercadotecnia y ventas

- **Denominación:** Mejorando las habilidades de ventas y negociaciones estratégicas en la mercadotecnia en las microempresas.
- **Objetivo:** Conseguir conocimientos de habilidades de ventas y negociaciones estratégicas mediante un programa de capacitación.
- **Descripción:** Estas capacitaciones son realizadas por personas expertas en la materia sobre temas de competencias de ventas y negociaciones empresariales. Se harán dos pruebas escritas que serán contestadas por el dueño de la empresa y los trabajadores; la primera se trata sobre los datos generales de las personas y que labor cumplen en la empresa; y la segunda se basa en un cuestionario con preguntas de escala Likert, sobre las competencias laborales. Por medio de este formato se podrá esclarecer en que consiste sus funciones laborales y que problemas están presentando en sus habilidades. Luego de obtener los resultados, se procederá a brindar las capacitaciones mediante asesorías semanales durante un periodo de 4 semanas, que tendrá temas de orientación al cliente, liderazgo y trabajo en equipo para los trabajadores de ventas; y para el área de gerencia, temas de adaptabilidad orientación de resultados y negociaciones, y por ultimo temas de recomendaciones para asistir a programas de capacitación o asesorías que brinda Ministerio de Producción y el Ministerio de Trabajo, que están otorgando cursos gratuitos de Gestión de Atención al Cliente. Las capacitaciones se darán un día a la semana por un tiempo de una hora y media. Cada capacitación será evaluada; las evaluaciones se basarán en simular la venta de un producto ficticio en el caso de los trabajadores de ventas; y del mismo

modo con las negociaciones para realizar alianzas estratégicas, esta evaluación es únicamente dirigido para el encargado del área de gerencia.

- **Cronograma:**

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Aplicación de las dos encuestas (datos generales y competencias laborales)	x			
Análisis de los resultados de las encuestas.	x			
Presentación y capacitación de los temas orientación al cliente, liderazgo y trabajo en equipo.		x		
Evaluación práctica (Interacción con su compañero en la venta un producto que ofrezca la microempresa)		x		
Presentación y capacitación de los temas de adaptabilidad orientación de resultados y negociaciones.			x	
Evaluación práctica (Interacción con su personal para simular negociaciones de alianzas estratégicas ficticias)			x	
Capacitación sobre temas de recomendaciones para asistir a programas de capacitación o asesorías que brinda Ministerio de Producción y el Ministerio de Trabajo.				x

- **Recursos:**

-Recursos humanos: Personal experto

-Recursos Físicos: Videos informativos, material de apuntes, manual de ventas para los trabajadores (atención al clientes, ventas y servicio), manual de estrategias de negociaciones para alianzas con otras empresas.

Propuesta 2: Factor Capacidad financiera

- **Denominación:** Mejorando la capacidad financiera de los microempresarios, mediante talleres presenciales.
- **Objetivo:** -Profundizar los conocimientos de los microempresarios sobre las consecuencias de (intereses, tiempo de pago, inversiones o beneficios) que otorgan las microfinancieras para un préstamo.

-Evitar las deudas obteniendo conocimientos sobre análisis de rentabilidad.

- **Descripción:** Los talleres presenciales para los microempresarios serán realizadas por personas expertas en la materia sobre temas de microfinanzas y microcréditos, el taller durara 4 días seguidos, una hora al día, debido a que la mayoría se siente dudosa al asistir un taller. Se dictará temas para el aprendizaje sobre el buen manejo de su rentabilidad y patrimonio e información de temas acerca de microfinancieras que brindan menores tasa de interés, etc. Culminando el taller se tomará una práctica, sobre problemas reales de microfinancieras con microempresas, para su evaluación propia; con el fin de concientizar que antes solicitar un préstamo, se debe de analizar sus ingresos o gastos. Se brindará manuales de problemass de casos reales, y de temas de desventajas o ventajas al solicitar un prestamos, y cuadros comparativos de microfinancieras.

- **Cronograma:**

	DIA 1	DIA 2	DIA 3	DIA 4
Presentacion del taller (Problemas de casos reales de microempresas sobre la mala manipulacion de los ingresos).	X			
Exposicion de terminos (rentabilidad, liquidez, prestamos y tasas de interes)		X		
Aplicación de una practica		X		
Exposicion de ventajas y deventajas para pedir un prestamo			X	
Exposicion sobre un cuadro de comparacion de diversas microfinanciera (temas de intereses, tiempo de pago, inversiones o beneficios)				X
Aplicación de una practica				X

- **Recursos:**

-Recursos humanos: Personal experto

-Recursos Físicos: Videos informativos, material de apuntes, manual de términos de microfinanzas.

Propuesta 3: Factor administración de recursos humanos

- **Denominación:** Mejorando las herramientas de manejo de gestión de personal y la falta de personal capacitada
- **Objetivos:** Realizar capacitaciones brindando herramientas de manejo de gestión de personal y la falta de personal capacitada.
- **Descripción:** Estas capacitaciones ayudarán a los microempresarios con temas de manejo a la gestión de Personal y la falta de personal capacitada, en el cual ayudará al microempresario a gestionar eficientemente el trabajo que realizan el personal en las áreas designadas. Por medio de estos temas, permitirá conocer un poco más las situaciones que se encuentra el personal de trabajo. Contarán con estas capacitaciones totalmente gratuita por 1 mes, cada tema se dará 1 día a la semana por un tiempo de 1 hora y 30 minutos, con temas orientadas a la motivación laboral de los trabajadores, estabilidad laboral, trabajo en equipo y reconocimiento laboral; para así, concientizar la importancia a la satisfacción del cliente. Luego de haberlo concluido, pondrán a prueba lo aprendido en sus negocios obteniendo resultados a largo plazo. Así mismo Proponemos que los microempresarios que se inscriban en la Remype, para que sus trabajadores cuenten con los beneficios de seguro de vida, del Ministerio de salud, ya que el estado asume 50% y empleador el otro 50%, así también asegurarlos en el sistema privado de pensiones (AFP).

- **Cronograma:**

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Capacitación sobre la motivación laboral de sus trabajadores y los beneficios para la microempresa.	X			
Evaluación práctica (como reconocer el valor de todos y cada uno de los miembros de tu equipo)	X			
Estrategia para mejorar la satisfacción laboral .		X		
Evaluación práctica (Escuchar las iniciativas los empleados, valóralas en equipo y aplícalas si es posible)		X		
Presentación de desarrollo de trabajo en equipo.			X	
Evaluación práctica (entrenar y la gestión de emociones en el entorno laboral)			X	
Procesos de reconocimientos laboral para un trabajador (Empleado del mes, regalos, salidas y viajes)				X

- **Recursos:**

Videos informativos

Material de apuntes.

Propuesta 4: Factor desarrollo tecnológico e innovación.

- **Denominación:** Mejorando el desarrollo tecnológico e innovación mediante un modelo de sistema de pago por tarjeta y un sistema de software para el registro de clientes y control de inventario.
- **Objetivo:**
 - Implementar un moderno sistema de pago por tarjeta para un ahorro tiempo.
 - Contar con un sistema de software actualizado que les permita registrar a los nuevos clientes.
 - Proponer adquirir otro software de inventarios, para el control de inventarios.
- **Descripción:** para las microempresas como bodegas que pertenecen al RUS, que cuenten con un moderno sistema de pago por tarjeta, dado a que los clientes más

jóvenes lo manejan con más rapidez y facilidad; ya que, en un periodo próximo, no lejano, ya no habrá pago en efectivo. Estos microempresarios tendrán una capacitación de 30 minutos por 2 días por semana en 2 semanas, sobre el manejo de la Máquina de Punto de Venta (Point of Sale).

- Así también las microempresas que pertenecen en el Régimen Especial contarán con un sistema de software actualizado que les permitirá registrar a los nuevos clientes, en el cual mida el tiempo promedio de compra y/o servicio. Se hará un registro semanalmente para adjuntar una cartera de cliente. Así mismo se propone adquirir otro software para el control de inventarios; ya que, ayudará a los microempresarios a reconocer los registros de las compras de mercadería, materia prima o insumos que ingresarán al almacén, para que así eviten tener mercancías en exceso de productos en su almacén. Estos softwares nos darán registros semanales por categorías de cantidades, fechas de expiración, ingreso y salida de los productos.

- **Cronograma:**

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Capacitación de manejo de la Máquina de Punto de Venta (Point of Sale)	X		X	
Actualización de cartera de clientes.	X	X	X	X
Registro de salidas y entradas de productos del almacén	X			
Registro de cantidades de mercadería en el almacén		X		
Registro de Fechas de Expiración de mermas en el almacén.	X		X	

Propuesta 5: Factor estructura organizativa

- **Denominación:** Mejorando la estructura organizativa mediante documentos escritos.
- **Objetivo:**
 - Diseñar un planeamiento estratégico que ayude a los trabajadores a entender cuáles son su visión, los objetivos para el compromiso de sus trabajadores.
 - Elaborar un organigrama para mejorar la ubicación de los niveles jerárquicos.
 - Diseñar un manual de organización y funciones para el conocimiento definido sobre sus únicas labores de los trabajadores, basado en la descripción de puestos.
- **Descripción:** El área de gerencia tendrá que generar estrategias por una semana para plasmar en un escrito (documentos) la misión, la visión y los objetivos para lograr la estabilidad de la empresa; del cual luego será comunicado a sus trabajadores mediante un trato directo; se planteará un diseño gráfico (organigrama) que evidencie los puestos jerárquicos, definiendo con nombre y apellido la autoridad de cada área; por consiguiente se procederá a realizar una prueba a todos los trabajadores de la empresa incluyendo al dueño, que tiene preguntas explícitas sobre los labores que realizan. Una vez teniendo los resultados se filtrará, se analizará y realiza un informe final que luego será evaluado por el dueño, y ser trasladado a un documento por escrito oficial que tendrá por nombre Mof.

- Cronograma:**

	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5	SEMANA 6	SEMANA 7
Creación de estrategias para la elaboración del planeamiento estratégico.	X						
Plasmar en escrito la vision, mision y objetivos de la microempresa		X					
Comunicado directo hacia los trabajadores sobre el nuevo planeamiento estrategico (vision, mision y objetivos)		X					
Planteamiento del diseño grafico en borrador (organigrama).			X				
Presentacion oficial del organigrama .				X			
Elaboración de la prueba dirigida hacia el dueño y trabajadores, basado en preguntas de funciones laborales.				X			
Aplicación de la prueba					X		
Análisis de los resultados de las prueba						X	
Realización del informe final de los resultados obtenidos.						X	
Documento final oficial del manual de organización y funciones							X
Presentacion oficial del mof .							X

REFERENCIAS.

- Antognolli, S. y Lecuona, M. (2012). *Empresas Familiares Buenas Prácticas en Argentina*. Buenos Aires: Paragraph S.
- Alles, M. (2006). *Desempeño por Competencias: Evaluación de 360°*. Buenos Aires: Granica. Primera Edición
- Aragon, A. y Rubio, A. (2005). Factores asociados con el éxito competitivo de las pymes industriales en España. *Universia Business Review*, (8), 38-51. [Versión electrónica]. Recuperado el día 11 de mayo del 2018 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43300803>
- Arenas, H y Rico, D (2014). La empresa familiar, el protocolo y la sucesión familiar. *Estudios Gerenciales*, 30 (132), 252-258 [Versión electrónica]. Recuperado el 11 de mayo del 2018 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21231380005>
- Arzola J. (2017). *Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de la MYPES en el distrito de Huanchaco – 2017*. (Tesis de licenciatura) Universidad César Vallejo Trujillo, Perú. [Versión electrónica] Recuperada el 14/08/2018, desde:
- Avolio, B., Mesones, A. y Roca, E. (2011). Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú. *Revista Strategia* (22), 70-80. [Versión electrónica] Recuperada el 22/11/2016, desde: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126>
- Bautista, P. (2013). *Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca*.

(Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, Colombia.

Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/9637/1/7709552.2013.pdf>

Belausteguigoitia, L. (2010). *Empresas familiares Dinámica, Equilibrio y Consolidación*. Ciudad de México: McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V

Betancourt, J., Gómez, G. y López., M (2011) Aproximación a los Factores que influyen en la visión del patrimonio en las empresas familiares colombianas. *Estudios Gerenciales*, (27) pp.165-183. [En línea]. Recuperado el día 13 de junio del 2018. De <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v27n120/v27n120a09.pdf>

Carlock, R. y Ward, J. (2010). *La excelencia en la Empresa familiar*. Barcelona: Deusto S.A. Primera Edición.

Castillo, M. (2011). *Los servicios de desarrollo empresarial y sus defectos sobre desempeño económico – empresarial de las MYPES usuarios en el distrito de Piura – 2010*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Piura, Perú. Recuperado de https://joseordinolaboyer.files.wordpress.com/2011/11/castillo_morante_rev_job.pdf

Fernandez, P., Lluch, A. y Barbero, I. (2015). *Familias Empresarias y grandes empresas familiares en América Latina y España*. Bilbao: Fundación BBVA. 1era Edición.

Ferro, V. (04 de abril de 2015). El discreto retorno a la estabilidad absoluta. El Comercio, Lima, p A1. Recuperado de <http://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/discreto-retorno-estabilidad-absoluta-victor-ferro-350612>

Fernández, P. (2009). *Rompiendo moldes: discurso, géneros e hibridación en el siglo XXI*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Primera Edición. [Versión electrónica] Recuperado el 14 de noviembre del 2017, de: <https://books.google.com.pe/books?id=EAUwU27Cu2QC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Franco, A. (2012). *Factores determinantes del dinamismo de las pymes en Colombia*. (Tesis de doctor). Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperado de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/66146/1/pymes_colombia.pdf

Galicia CEEI S.A (2010). *Manuales Prácticos de la Pyme*. Santiago de Compostela: Galicia S.A. Recuperado de 21/11/2017 de https://issuu.com/josevalencia/docs/innovacion_empresarial

García, F (2008). *Motivar para el aprendizaje desde la actividad orientadora*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencias. [Versión Electrónica]. Recuperado 21 de noviembre del 2017 de <https://books.google.com.pe/books?id=0M6emnDA55IC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Gioya, P. y Rivera, J. (2008). *Menos Líderes, más liderazgo*. Madrid: Lid Editorial Empresarial, Primera Edición.

Gomes, M. (2013). *Factores que inciden en el crecimiento de las microempresas de la ciudad de Quetzaltenango*. (Tesis de licenciado). Universidad Rafael Landívar, Zona 16, Guatemala. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Gomez-Jose.pdf>

Gonzales, J. (2014). *Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de la Victoria – Lima*. (Tesis de Contador Público). Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú. Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

Hax, A. y Majluf, N. (2004). *Estrategias para el Liderazgo Competitivo*. Buenos Aires: Ediciones Granica SA, Primera Edición

Honores, E. (2014). *Factores que inciden en la continuación de las organizaciones empresariales familiares en la ciudad de Trujillo – La Libertad*. (Tesis de licenciado en administración). Universidad Nacional de Trujillo – Perú. Recuperado de http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2803/escobedo_bruno.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ibarra, A. y Castrillo, A. (2013). *Emprendimiento para Creación de Empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Metodología y Aplicación del Modelo Gem*. Medellín: Fundación Universitaria Andaluza. 1era Edición.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2016). Estructura Empresarial, 2016.

Recuperado el 30/05/2018, de
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1445/libro.pdf

Jaramillo, J., Morales, J., Escobedo, J. y Ramos, J. (2013). Factores que influyen para el emprendimiento de microempresas agropecuarias en el Valle de Puebla, México. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, (5) pp. 925-937. [Versión electrónica] Recuperado el 05/02/2017, desde:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263128352006>

Longenecker, J., Moore, C., Pretty, J. y Palich, L. (2010). *Administración de Pequeñas Empresa*. México: Cengage Learning. 14va edición.

Manzano, N., Martín, A. y Ruiz, M. (2012). El reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral: la formación de orientadores, asesores y evaluados. *Revista de Educación*, (359) pp. 657-673. Recuperado el 17 de agosto del 2018, de:
https://books.google.com.pe/books?id=2aAsCQAAQBAJ&pg=PA659&dq=reconocimiento+laboral&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwIU7fzPt_PcAhUkx1kKHfLfDOIQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false

- Nieto, M. (2017). *Factores de crecimiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercial del parque industrial de Villa El Salvador – Lima- 2016*. (Tesis de contador público) Universidad Inca Garcilaso de la Vega – Lima – Perú. Recuperado el 9 de setiembre del 2018, de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1728/TESIS_MAYRA%20MADELEYNIN%20NIETO%20APAZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Núñez, N. (2017). *Factores que limitan el Crecimiento Empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017*. (Tesis licenciatura) Universidad Cesar Vallejo, Perú. Recuperado el 14 de Agosto del 2018, de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11554/nu%C3%B1ez_mn.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Núñez, A. y Vieites, R. (2009). *Guía Básica de Financiación*. Santiago de Compostela: CEEI Galicia S.A. Primera Edición. [Versión Electrónica]. Recuperado el 21 de noviembre del 2016 de https://issuu.com/josevalencia/docs/guia_basica_de_financiacion
- Olivares A., Moya M., Ochoa J. y Espinoza F. (2017). *Factores Explicativos del Crecimiento Empresarial*. Hermosillo: Qartuppi. 1era Edición.
- Olmos, J. (2007). *Tu Potencial Emprendedor*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación, Primera Edición.

Parkin, M. (2007). *Macroeconomía Versión para Latinoamérica*. Naucalpan de Juárez: Person Education. Séptima Edición.

Platero, M. (2014). *Un estudio sobre el papel del microempresario, y los factores internos y estratégicos de la microempresa española: el efecto de la edad en la capacidad innovadora*. (Tesis de licenciatura). Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado el 23 de marzo de 2017, de <http://eprints.ucm.es/29653/1/T35980.pdf>

Puerto, D. (2010) La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. *Pensamiento & Gestión*, (28), 171-195. [En línea] Recuperado el 12 de abril de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64615176009>

Rengifo, M. (2011). *El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales de distrito de Tarapoto*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/869/T.EPG-27.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rocca, J. (2014). *Propuesta de un modelo para la gestión estratégica de pedidos de gran volumen en asociaciones de MYPES de calzado basados en la gestión por procesos*. (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/346655/1/Tesis+Rocca+-+Acevedo.pdf>

- Rocca, E., Garcia, D. y Duréndez A. (2016). Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas. *Revista Contabilidad y Negocios*, (22) pp. 52-68. Recuperado el 12 de abril de 2018, de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/viewFile/16431/16815>
- Sainz, J. (2017). *El plan estratégico en la práctica*. Madrid: Esix Editorial. 5ta edición. Serna, H. (2010). *Gerencia estratégica: planeación y gestión*. Bogotá: 3R Editores. 5ta edición. [Versión electrónica], Recuperada el 30 de noviembre de 2018, de <https://es.scribd.com/doc/66872891/Gerencia-Estrategica-HUMBERTO-SERNA-GOMEZ>
- Soria, V. (2006). *Relaciones Humana*. DF México: Limusa.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2016). Régimen Especial y Laboral de la Micro y Pequeña empresa. Perú: Asesor Empresarial
- Treviño, E. (2013). *Factores endógenos en pymes mexicanas que influyen en el crecimiento de utilidades*. (Tesis de doctor). Universidad Autónoma de Nuevo León, NL, México. Recuperado de <http://eprints.uanl.mx/3730/2/1080256826.pdf>
- Urbina, G. y Aranda, M. (2016). *Ingeniería Financiera*. México: Editorial Patria. Primera Edición.

Vallet, T (2015). *Principios del Marketing estratégico*. Madrid: Editorial Une. 1era edición. Recuperado de

https://issuu.com/universitatjaumei/docs/sapientia_98/160

Vargas, B y del Castillo, C (2008). Competitividad sostenible de la pequeña empresa:

Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad: Un modelo de promoción de capacidades endógenas para promover ventajas competitivas sostenibles y alta productividad. *Journal of Economics, Finances and Administrative Science*, 13(24), 59-80. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=360733604004>

Velazco, T. (2006). *La Microempresa: Una Propuesta Tipológica y Ejercicio de Aplicación en Lima Sur*. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. [En línea] Recuperado el 17/12/2016, de:

http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/estadisticas/peel/bel/BEL_34.pdf

World Economic Forum (2015). Perú tiene uno de los más altos niveles de actividad emprendedora inicial. Recuperado 05/12/2016, de

<http://gestion.pe/economia/peru-tiene-uno-mas-altos-niveles-actividad-emprendedora-inicial-2120218>

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz de consistencia

Título: EVALUACIÓN DE LOS FACTORES ENDÓGENOS DE LOS MICROEMPRESAS EN LA URBANIZACIÓN DE VILLA SOL, LOS OLIVOS, 2018.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE Y DIMENSIONES	MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICAS
Pregunta General ¿Cómo son los factores endógenos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?	Objetivo General Conocer el nivel de los factores endógenos de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?	Variable Independiente 1 Factores Endógenos -Administración de mercadotecnia y ventas. - Capacidad financiera. - Administración de recursos humanos. -Administración de desarrollo tecnológico e innovación. - Estructura Organizativa	Población Las 86 microempresas de la Urbanización Villa Sol Muestra 70 Microempresas de la Urbanización de Villa Sol Formula de la Muestra $n = \frac{(p.q)z^2.N}{E^2(N-1) + (p.q)z^2}$	Tipo Investigación Básica Diseño No experimental transversal Nivek Descriptivo	Técnica La encuesta Instrumentos Cuestionario de la variable factores endógenos	Alpha de Cronbach Análisis descriptivo
Preguntas Específicas	Objetivos Específicos					

Pág. 99

<p>d) ¿Cómo se presenta el factor desarrollo tecnológico e innovación en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?</p> <p>e) ¿Cómo se presenta el factor estructura en las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018?</p>	<p>Villa Sol, Los Olivos, 2018.</p> <p>d) Conocer el grado del factor desarrollo tecnológico de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.</p> <p>e) Conocer el nivel del factor estructura organizativa de las microempresas de la Urbanización Villa Sol, Los Olivos, 2018.</p>				
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

Anexo N° 2: Cuestionario de Factores Endógenos

CUESTIONARIO DE OPINION FACTORES ENDÓGENOS Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL

El presente cuestionario tiene como objetivo obtener información para la tesis “EVALUACION DE LOS FACTORES ENDÓGENOS COMPETITIVOS DE LOS MICROEMPRESAS DE LA URBANIZACIÓN VILLASOL, LOS OLIVOS, 2018”

Estimado Colaborador (a): Le pedimos su colaboración contestando con sinceridad las preguntas que realizaremos con el fin de determinar la influencia que existe entre los factores endógenos y el crecimiento empresarial en el presente proyecto. Por nuestra parte, le garantizamos absoluta confidencialidad, agradeciendo su valiosa colaboración.

Marque con un aspa (X) la calificación que según su apreciación corresponda estas preguntas.

Nunca	1
Muy pocas veces	2
Algunas veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

ITEMS		1	2	3	4	5
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS						
1	La empresa presenta adecuadas condiciones laborales dentro de ley, para el disfrute de sus trabajadores.					
2	La remuneración en el trabajo es acorde a la productividad realizada.					
3	La empresa otorga reconocimientos (verbales o monetarios) como fuente de motivación para satisfacer a sus colaboradores					
4	La empresa brinda capacitaciones a sus trabajadores.					

[illegible]

[illegible]

Anexo N° 3: Ficha de Validación del Título Profesional

TALLER DE INVESTIGACIÓN - UPN

FICHA DE VALIDACIÓN DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

Facultad	NEGOCIOS		
Carrera Profesional	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.		
Alumno	REYES RAYME RUTH ROXANA - UGAL AGUILAR DAVID.		
Posible Asesor			

Título de la Investigación: FACTORES ENDÓGENOS QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS MICRONEGOCIOS DE LA ZONA DE VILLASOL, LIMA 2017.			
CRITERIO	SI	NO	OBSERVACIONES
Se establece claramente la(s) variable(s) de investigación.	✓		
Se evidencia una delimitación Temática.	✓		
Se evidencia una delimitación espacial y de tiempo.	✓		
Se evidencia originalidad y relevancia del trabajo a desarrollar.	✓		
Se alinea a las líneas de investigación establecidas en la carrera profesional	✓		
Se evidencia una redacción expresada en un lenguaje formal, claro, y preciso.	✓		

Opinión de Experto

Procede	✓
Procede previo levantamiento de las observaciones	
No procede	

LIMA 19/10/2016	43668737		olambrosdini@hotmail.com
Lugar y Fecha	DNI	Firma del Experto	Correo electrónico

Anexo N° 4: Ficha de Opinión de Expertos

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
Zurita Blanco, Luz María Elizabeth	Jefa de Logística en Moravia	Cuestionario	Roxana Reyes
Título de Estudio:	Licenciada en Administración		David Vera

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.															X					
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización.																X				
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.															X					
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.																	X			
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																	X			
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																		X		
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.																		X		
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																		X		
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnóstico																			X	
PROMEDIO																					

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación ☒

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan ☐

No procede su aplicación ☐

Los Olivos/25-04-17	42892083	<i>[Firma]</i>	960517048
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

Anexo N° 5: Ficha de Opinión de Expertos

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
ROBLES FERRER, DANIEL ANTONIO	DOCENTE	ENCUESTA	RUTH REYES y DANILO UCA
Título de Estudio:			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																			X	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización.																			X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.																			X	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.																				X
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																			X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																				X
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.																			X	
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																			X	
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnóstico																		X		
PROMEDIO																					


OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

X

Los OLIVOS - 03/07/18	20724956		945040077
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

Anexo N° 6: Ficha de Opinión de Expertos

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
García Salinas Eliazabeth	Docente + c	Cuestionario	Ruth Reyes y David Vega
Título de Estudio:			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																	✓			
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización.																	✓			
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.																	✓			
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.																	✓			
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																	✓			
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																	✓			
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.																	✓			
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																	✓			
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnóstico																	✓			
PROMEDIO																					

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

✓

13/07/2018	09725194		997699557
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

Anexo N° 7: Ficha de Opinión de Expertos

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
LAMBROSCHI NI TAPUR CARMELO TORRELLA	COORDINADORA - UPN	ENCUESTA	ROXANA REYES DAVID UGAZ
Título de Estudio:			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.											X									
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización.											X									
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.											X									
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.											X									
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.											X									
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.											X									
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.											X									
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.											X									
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnóstico											X									
PROMEDIO																					

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

✓

LMA 03/12/16 Lugar y fecha	4366328 DNI N°	 Firma del experto	9894811160 Teléfono
----------------------------------	-------------------	-----------------------	------------------------

Anexo N° 8: Ficha de opinión de expertos

INSTRUMENTO DE OPINION DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y Nombres del Informante	Cargo e Institución donde labora	Nombre del Instrumento	Autor(a) (es) del Instrumento
SUB. DEZ. DAVID	PROFESOR UPN	CUESTIONARIO	RUTH REYES y DAVID UGAR
Título de Estudio:			
MICROEMPRESAS			

ASPECTOS DE VALIDACION:

Coloque el porcentaje, según intervalo.

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%				REGULAR 21-40%				BUENA 41-60%				MUY BUENA 61-80%				EXCELENTE 81-100%			
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.																			X	
OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas o actividades, observables en una organización.																			X	
ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.																			X	
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica coherente.																			X	
SUFICIENCIA	Comprende los aspectos (indicadores, sub escalas, dimensiones) en cantidad y calidad.																			X	
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la influencia de la VI en la VD o la relación entre ambas, con determinados sujetos y contexto.																			X	
CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico - científico.																			X	
COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.																			X	
METODOLOGIA	Las estrategias responde al propósito del diagnóstico																			X	
PROMEDIO																					


OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Procede su aplicación

Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan

No procede su aplicación

X

LIMA, 3 DE JULIO DE 2018	06040708		955876973
Lugar y fecha	DNI N°	Firma del experto	Teléfono

Anexo N° 9: Carta de Solicitud



“Año del Dialogo y al Reconciliación Nacional”

Lima, 02 de Mayo de 2018

CARTA N° 002-2018/ADM/UPN

Señores
SUB- GERENTE DE ATENCIÓN AL CIUDADANO
MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS
Av. Carlos Izaguirre N° 813
Presente.-

De mi especial consideración:

Es muy grato dirigirnos a ustedes para saludarlos muy cordialmente y a la vez desearle la continuidad de los éxitos en la gestión que viene desempeñando.

En nombre de la Universidad Privada del Norte, le informo que dentro del desarrollo de las actividades académicas en la Carrera de Administración y Negocios Internacionales; tienen programado visitas a instituciones públicas y privadas relacionadas con el desarrollo académico profesional de nuestros estudiantes; con el objetivo de fortalecer y afianzar sus conocimientos.

Por tal motivo, solicito encargue a quien corresponda, nos autorice el ingreso a sus instalaciones, con el propósito de realizar una investigación para su tesis.

Asimismo, tenga a bien brindarle las facilidades que el caso amerita a los alumnos presentado seguidamente:

APellidos y Nombres	DNI
Ugaz Aguilar, David Alexander	46728874
Reyes Rayme, Ruth Roxana	46836492

Al respecto, para cualquier coordinación adicional, comunicarse con la Srta. Ruth Roxana Reyes Rayme al correo electrónico roxruth35@gmail.com o al celular 983200388.

Agradezco de antemano su cordial atención, y hago propicia la oportunidad para reiterarle los sentimientos de mi especial consideración, sin otro particular me despido de usted.

Atentamente,



CARMELIA ORNELLA LAMBRUSCHINI TAFUR
Coordinadora de la Carrera de Administración de Empresas
Universidad Privada del Norte

Anexo N° 10: Solicitud de Acceso a la Información Pública



MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE
LOS OLIVOS

	SOLICITUD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA	N° DE REGISTRO
FORMULARIO	(Texto Único Ordenado de la Ley N°27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información pública, aprobada por Decreto Supremo N°043-2003-PCM)	

I. FUNCIONARIO RESPONSABLE DE ENTREGAR LA INFORMACIÓN:

--

II. DATOS DEL SOLICITANTE:

APELLIDOS Y NOMBRES/RAZÓN SOCIAL REYES RAYME RUTH ROXANA		DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI/L.M./C.E./OTRO 46836492	
DOMICILIO			
AV/CALE/JR/PSJ. AV. UNIVERSITARIA	N°DPTO./INT.	DISTRITO CORABAYLEO	URBANIZACIÓN LOS CASAPURUND
PROVINCIA LIMA	DEPARTAMENTO LIMA	CORREO ELECTRÓNICO ROXRUTH35@GMAIL.COM	TELÉFONO 983200388

III. INFORMACIÓN SOLICITADA:

SE SOLICITA INFORMACIÓN DE LA DIRECCIÓN, RAZÓN SOCIAL, GIROS DE LAS LAS EMPRESAS REGISTRADAS EN LA MUNICIPALIDAD DE LOS OLIVOS; UBICADAS EN LA URBANIZACIÓN VILLA SOL.

IV. DEPENDENCIA DE LA CUAL SE REQUIERE LA INFORMACIÓN:

--

V. FORMA DE ENTREGA DE INFORMACIÓN (marcar con una "X")

COPIA SIMPLE	<input checked="" type="checkbox"/>	DISQUETE	<input type="checkbox"/>	CD	<input type="checkbox"/>	CORREO ELECTRÓNICO	<input type="checkbox"/>	OTRO	<input type="checkbox"/>
--------------	-------------------------------------	----------	--------------------------	----	--------------------------	-----------------------	--------------------------	------	--------------------------

APELLIDOS Y NOMBRES REYES RAYME RUTH ROXANA	FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN
FIRMA 	

OBSERVACIONES

NOTA: PRESENTAR EN ORIGINAL Y COPIA

Av. Carlos A. Izaguirre N° 513, Los Olivos - Lima 39
Central Telefónica: 613 5282

Anexo N° 11: Solicitud de Acceso a la Información Pública



MUNICIPALIDAD
DISTRITAL DE
LOS OLIVOS

Gerencia de Desarrollo Económico
Sub Gerencia de
Licencias Comerciales

“AÑO DEL DIALOGO Y LA RECONCILIACION NACIONAL”

MEMORANDUM N° 253 - 2018-MDLO/GDE/SGLC

A : Lic. Patricia Clara Laopa Vargas
Subgerente de Atención al Ciudadano

DE : Lic. Miguel Ángel Moscoso
Subgerente de Licencias Comerciales

ASUNTO : Acceso a la Información Pública

REFERENCIA : a) Memorandum N° 207-2018/MDLO/GTIC
Informe técnico N° 0034-2018-MSC
b) Informe N° 127-2018/MDLO/GDE/SGLC
c) Requerimiento de Información N° 0629-2018MDLO/GM/SGAC
d) Expediente N° E-13690-2018

FECHA : Los Olivos, 24 de Mayo de 2018.



Tengo el agrado de dirigirme a usted, con la finalidad de dar atención al documento de la referencia c) y d) mediante el cual requieren la relación de empresas registradas en la Municipalidad de los Olivos, indicar razón social, dirección, por lo que al amparo del T.U.O de la Ley N° 27806-Ley de Transparencia y Acceso a la información pública.

Al respecto, se adjunta el informe de la referencia a), en el que se remite el reporte detallado de empresas registradas en la Municipalidad de los Olivos.

Sin otro particular, quedo de Ud.

Atentamente,



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LOS OLIVOS
SUB GERENCIA DE LICENCIAS COMERCIALES

LIC. MIGUEL A. MOSCOSO GUDIEL
SUB-GERENTE

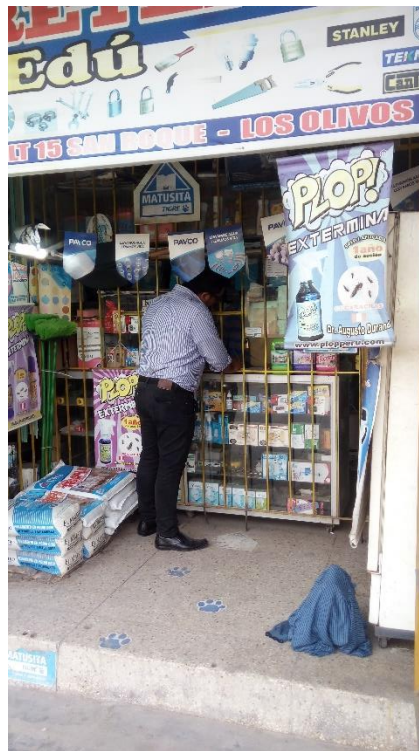
Anexo N° 12: Informe de las Microempresas en las Urbanización de Villa Sol

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN	ACTIVIDAD ECONOMICA
1	JESUS MARCELO LIÑAN HUIÑAC	AV. UNIVERSITARIA N°6135 URB.VILLA SOL I ETAPA	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR
2	MONZON MALCA MIGUEL ANGEL	AV. SANTA ELVIRA N° 6100 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR
3	CARMEN NABEL COTRINA VASQUEZ	AV. LAS PALMERAS N° 5691 URB. VILLA SOL IV ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINA
4	LEONID ALBERTO ROJAS SARMIENTO	MANUEL DE LARA N° 392 MZ. CH LT. 09 URB. VILLA SOL I ETAPA	LAVADO , LIMPIEZA DE TEJIDO TELA
5	SANTOS NATALIA RIOS SANCHEZ	AV. UNIVERSITARIA NORTE N° 6135 MZ. H LT. 2 URB VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MAYOR PRODUCTOS AL ALMACEN
6	LIDNA DELCY VILLADEZA MEZA	AV. SANTA ELVIRA N° 6000 URB. VILLA SOL II ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTO DE BELLEZA
7	SILVIA LUCY ESPINOZA PUCHOC	AV. LAS PALMERAS N° 5633 MZ. Z LT. 54 URB. VILLA SOL IV ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA
8	SARA ESTHER LEANDRO VELASQUEZ	AV. SANTA ELVIRA N° 6046 URB. VILLA SOL II ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA
9	CARMENCITA INES QUIROZ LANDA	AV. SANTA ELVIRA MZ. I LT. 1 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MAYOR PRODUCTOS AL ALMACEN
10	JENNY CARDENAS RUIZ	JR.MANUEL DE LARA MZ. J LT. 32 B NIVEL 01 URB.VILLA SOL II ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTOS DE BELLEZA
11	OMAR EMERSON BLAZ VILLAFUERTE	AV. UNIVERSITARIA N° 6123 MZ. H LT. 1 NIVEL 01 URB. VILLA SOL NIVEL 01	FAB. MAQUINARIA ELAB TEXTILES
12	LUISA YSABEL PEREZ BEJAR	CALLE ASCENCIO RIVERA N° 189 MZ. D-1 LT.28 NIVEL 01	OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIAL
13	TANIA LIDIA MAVILA MAYAUTE	AV. UNIVERSITARIA NORTE N° 5650 MZ. I LT. 13 URB VILLA SOL IV ETAPA	FAB. OTROS PROD. METAL NCP
14	ROGER IVAN SAAVEDRA MENACHO	AV. UNIVERSITARIA NORTE MZ. P LT. 1 URB. VILLA SOL II ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINA
15	LESCANO SOLUTION SERVICES EIRL	CALLE ORDONER VARGAS N°177 MZ. D LT. 19 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
16	BELINDA LIDIA ESPINOZA ARIZA	AV. SANTA ELVIRA MZ. L LT. 44 URB. VILLA SOL II ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINA
17	NATIVIDAD ARGOMEDO TORRES	JR. ELEODORO ZEVALLOS N° 196 MZ. L LT. 62 URB. VILLA SOL III ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS
18	PAUL YEISON VELASQUEZ AGUIRRE	AV. UNIVERSITARIA NORTE N° 5650 MZ. I LT. 13 URB. VILLA SOL IV ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINAR
19	JORGE JUAN JOSE ESPAÑA GIL	AV. UNIVERSITARIA NORTE MZ. S LT. 10 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR
20	MARIA ELIZABETH FLORES CAMADER	CALLE ASCENCIO RIVERA MZ. D LT. 47 URB. VILLA SOL IV ETAPA	OTRAS ACT DE TIPO SERVICIO NCP
21	METROTEST EIRL	CALLE ARISTIDES SOLOGUREN N°484 DPTO. 102 MZ. E LT 8-1 URB LOS PARQUES DE VILLA SOL	VENTA AL POR MAYOR MAQUINARIA EQUIPO Y MATER
22	CORPORACION TRAINER SRL	AV. UNIVERSITARIA MZ. B LT. 5 DPTO D-202 (1ER PISO) URB. VILLA SOL II ETAPA	ACTIVIDADES DEPORTIVAS
23	CRISTEL RULI MEZA TADEO	AV. SANTA ELVIRA N° 5908 MZ. I LT. 1 URB. VILLA SOL II ETAPA	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR
24	MIGUEL EDUARDO POZO ACERO	JR. JUSTO ARIAS ARANGUEZ N° 107 MZ. B LT. 11-A URB. VILLA SOL I ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES NCP
25	FLORINDA MONTALVO BARTOLO	CALLE 42 DPT. 11 MZ. E LT. 8-1 URB LOS PARQUES DE VILLA SOL	ELAB. PROD. DE PANADERIA
26	ARCO IRIS MAQUISERVICIOS EIRL	AV. UNIVERSITARIA MZ. J LT. 41 URB. VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
27	KHATERINE ELVA CHAVEZ MEZA	JR. ARMANDO BLONDELL N° 294 MZ. V LT. 1 URB. VILLA SOL II ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINA
28	LIZ KAREN ALATA RAMOS	JR. TARICA N° 5663 URB. VILLA NORTE	VTA. MIN. EN PUESTOS DE VENTA
29	MARTHA PATRICIA BECERRA SAAVEDRA	JR. JUSTO ARIAS ARANGUEZ N°177 MZ. B LT.35 URB VILLA SOL I ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
30	MARYORY LUCIA DIAZ LLACZA	JIRON AURELIO GARCIA MZ. C LT. 29 URB. LOS PARQUES DE VILLASOL	VTA. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZADOS

31	GLADIS SADITH ZARATE SANCHEZ	AVENIDA LAS PALMERAS N° 5677 URB. VILLA SOL IV ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
32	ELI ANA BALDEON QUISPE	AV. UNIVERSITARIA NORTE N° 4614 DPT. TD -1-UI-12 MZ. B LT 2 URB LOS PARQUE DE VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR EN COMERCIO NO ESPECIALIZADOS
33	CARMEN ARRUE MUÑOZ	JR. MANUEL DELARA N° 321 MZ. L LT. 36 URB. VILLA SOL III ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR EN COMERCIO NO ESPECIALIZADOS
34	GINA ANABEL MENDOZA VILCA	CALLE CIPRIANO RUIZ MZ. V LT.21 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
35	AYDEE ADELINA LIZANDRO MEZA	JR. ELEDORO ZEVALLOS N° 173 MZ. L LT.1 URB. VILLA SOL III ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE EVENTOS Y RECREATIVAS
36	OSCAR SALDIVAR AREVALO GUEVARA	AV. ALFREDO MENDIOLA N° 5875 MZ. T LY. 14-14A (1°Y 2°PISO) URB. VILLA SOL II ETAPA	HOTELES CAMPAMENTOS Y OTROS
37	XAULO XAVIER DEL ROSARIO LECAROS	AV. LAS PALMERAS N°5599 MZ. ELT 1 URB. VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
38	MANUELA RENGIO ROJAS	AV. SANTA ELVIRA MZ. J LT. 14 URB VILLA SOL II ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTO DE BELLEZA
39	FLOR MARIBEL ZULOETA UGAZ	AV. LAS PALERAS N°5687A MZ. Z LT.38 URB. VILLA SOL IV ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTO DE BELLEZA
40	CECILIA BRISEIDA ILLESCA GUTIERREZ	JR. ARMANDO BLONDET N°263 MZ. B LT 22B URB VILLA SOL IV ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
41	ROCIO ROSALES GARCIA	AV. UNIVERSITARIA NORTE MZ S LT. 10 URB VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
42	CENTRO DE SERVICIO ELECTRÓNICO BRL	AV. ALFREDO MENDIOLA N° 5869 MZ. T LT. 14 URB. VILLA SOL IV ETAPA	REPARACION DE OTROS EFECTOS PERSONALES Y ENSERES DOMESTICOS
43	ABRAHAM MINAYA JACINTO	JR JUSTO ARIAS N°193 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR
44	DIEGO CESAR NEYRA PANTA	AV. SANTA ELVIRA N°5993 URB. VILLA SOL II ETAPA	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR
45	SILVIA ROXANA ZELAYA LEVANO	AV. SANTA ELVIRA N°5912 MZ. I LT. 2 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
46	ROBERTO CARLOS ALEGRIA RAMIREZ	JR. MANUELO DE LARA N° 244 MZ. K LT. 3 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE BEBIDAS EN COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
47	PRESENTA JAVIER ISIDRO	AV. UNIVERSITARIA NORTE MZ. O LT. 1A URB. VILLA SOL II ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINAR
48	MARIA HILMER ZEVALLOS DE LOPEZ	JR. TOMAS CHOCANO N°109 MZ O LT. 21 URB. VILLA SOL III ETAPA	TELECOMUNICACIONES
49	SANTA MARIA CALDERON MALPARTIDA	JR. TOMAS CHOCANO MZ. M LT. 1 URB. VILLA SOL III ETAPA	VENTA MIN. ALIMENTOS , BEBIDAS Y TABACO
50	FLOR DE MARIA QUIROZ RODRIGUEZ	AV. SANTA ELVIRA N° 6062 MZ. J LT. 23 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
51	ROSA MARIA CRUZ JUAREZ	AV. UNIVERSITARIA NORTE N°6183 MZ. H LT. 5A URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
52	ALAN RIOL ALTAMIRANO NOVILLO	JR. O' DONOVAN RICARDO N°189 MZ. F LT. 30 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS
53	AYSNET LUISA ROSALES ASENCIO	AV. ALFREDO MENDIOLA N°6085 MZ.B LT.12 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES
54	JACKELINE VANESSA SALAS MIRANDA	JR. MANUEL DE LARA N°423 MZ. L LT. 16 URB. VILLA SOL III ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
55	MARIA ELENA LLACZA RICALDI	JR. AURELIO GARCIA MZ. C1 LT. 29 URB. LOS PARQUES DE VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES AL POR MENOR DE COMERCIO NO ESPECIALIZADOS
56	EUSEBIO PANTOJA DIAZ	JR. MIGUEL ORTIZ MZ. E1 LT. 38 URB. VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDICOS, COSMETICOS
57	LILIANA ARACELI MACHADO ARGOMEDO	JR. JOSE SATO MZ. U LT. 22 URB. VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE ASISTENCIA SOCIAL SIN ALOJAMIENTO
58	JUAN CARLO GUILLÉN ESTRADA	AV. SANTA ELVIRA N°6000 URB. VILLA SOL II ETAPA	RESTAURANTES BARES Y CANTINAR
59	NANCY SIBILA DIAZ GONZALES	AV. LAS PALMERAS MZ. Z LT. 63 URB. VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE ALIMENTOS EN COMERCIO NO ESPECIALIZADOS
60	TATA GESTION INTEGRAL DE TRANSPORTE BRL	AV. UNIVERSITARIA NORTE MZ. I LT. 16 URB. VILLA SOL IV ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP

61	FRANCO ANDRE CHAVEZ DIAZ	JR. VICTOR RAUL HAYA DE LA TORRE MZ. C1 LT. 11 URB. LOS PARQUES DE VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE VENTA AL POR MENOR EN COMERCIO NO ESPECIALIZADOS
62	FILIBERTO BERNANDO MORALES DEXTRE	AV. UNIVERSITARIA N° 4723 MZ.H LT. 2 URB. VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
63	LEONILA LILIANA LUZMILA ARMAS MONTALVO	JR. EMILIO DE LOS RIOS MZ. W LT.28 URB. VILLA SOL II ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
64	TEODORO NAVARRO TAXA	JR. ARMANDO BLONDET N°171 MZ. Y LT. 19 URB. VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
65	PETRO GUIBERT S.A.C	JR. JUSTO ARIAS ARANGUEZ N°289 MZ. H LT. 7D URB. VILLA SOL II ETAPA	ACTIVIDADES DE SEGURIDAD PRIVADA
66	INVERSIONES LOPEZ OJEDA ASOCIADOS S.A.C.	AV. ALFREDO MENDIOLA NRO. 6089 URB. VILLA SOL I ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS PERSONALES NCP
67	DESARROLLO Y PERFECCIONAMIENTO DEL TALENTO HUMANO S.A.C.	CAL.MARIANO BENAVIDES NRO. 101A INT. PIS2 URB. VILLA SOL IV ETAPA	ACTIVIDADES PROFESIONALES CIENTIFICAS TECNICAS
68	AGROMEDIX S.A.C.	AV. UNIVERSITARIA NORTE N°6216 MZ. S LT. 5B URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTAS AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS
69	VIOX MEDIX S.A.C	AV. UNIVERSITARIA NRO. 6216 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA LA POR MAYOR NO ESPECIALIZADA
70	ZAMBRA INTERNATIONAL S.A.C	CAL.MANUEL POZO NRO. 193 DPTO. 301 (BLOCK B) URB. VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION , ARTICULOS DE FERRTERIA Y EQUIPO
71	INSAC EQUIPAMIENTO INDUSTRIAL S.A.C	CAL.RAMON ZAVALA NRO. 195 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION , ARTICULOS DE FERRTERIA Y EQUIPO
72	GRUPO INVERSIONES NONMAR S.A.C	AV. SANTA ELVIRA NRO. 6087 URB. VILLA SOL II ETAPA	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR
73	ICHIRO IMPORT SAC	AV. ALFREDO MENDIOLA NRO. 5877 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MAYOR NO ESPECIALIZADA
74	COMFORT HOSTAL SRL	AV. UNIVERSITARIA MZA. J1 LOTE 22 URB. VILLA SOL IV ETAPA	HOTELES CAMPAMENTOS Y OTROS
75	ROSA MERINO CENTER SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	AV. SANTA ELVIRA NRO. 6017 URB. VILLA SOL II ETAPA	ACTIVIDADES DE APOYO A LA ENSEÑANZA
76	JUAN RAMIREZ URBINA	JR. ABEL ZELA MZ. U LT. 47 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE COMERCIOS NO ESPECIALIZADOS
77	JACKELINE FARFAN VASQUEZ	JR. MANUEL LARA N° 340 MZ. K LT. 12 URB VILLA SOL III ETAPA	ACTIVIDADES DE RESTAURANTES DE SERVICIOS MOVIL DE COMIDAS
78	GISSELA VANESSA VENEGAS VILLARREAL	CALLE MIGUEL ORTIZ MZ. H1 LT. 19 URB. VILLA SOL IV ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE OTROS PRODUCTOS NUEVOS EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS
79	ADOLFO CAMPOS CARRANZA	PASAJE S/N MZ. V LT. 45 URB. VILLA SOL II ETAPA	VENTA MIN. ALIMENTOS , BEBIDAS Y TABACO
80	DIEGO WENCESLAO CASAS CARBAJAL	JR. MANUEL DE LARA MZ. L LT. 42 URB. VILLA SOL II ETAPA	TELECOMUNICACIONES
81	MARIA LUZ GUTIERREZ INGA	AVENIDA LAS PALMERAS N° 5691 LT. 4 URB. VILLA SOL IV ETAPA	ACTIVIDADES DE RESTAURANTES DE SERVICIOS MOVIL DE COMIDAS
82	MERCEDES ROJAS SANCHEZ	JR. MANUEL DE LARA N° 247 INT. A MZ. F LT. 32 URB. VILLA SOL I ETAPA	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS FARMACEUTICOS, MEDCOS, COSMETICOS
83	NILTON ORLANDO CANTARO FERNANDEZ	AV. UNIVERSITARIA NORTE N° 5410 MZ. J LT. 42 URB. VILLA SOL IV ETAPA	OTRAS ACTIVIDADES DE TIPO SERVICIO NCP
84	EDGARDO CURIOSO SOLIS	AV. SANTA ELVIRA N°6056 URB. VILLA SOL II ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTO DE BELLEZA
85	ROSARIO MARIN MENOR	AV. LAS PALMERAS MZ. Z LT. 33A URB. VILLA SOL IV ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTO DE BELLEZA
86	LUCY LEYVA PEREZ	AV. SANTA ELVIRA N°6062 MZ. J LT.23 URB. VILLA SOL II ETAPA	PELUQUERIA Y OTROS TRATAMIENTO DE BELLEZA

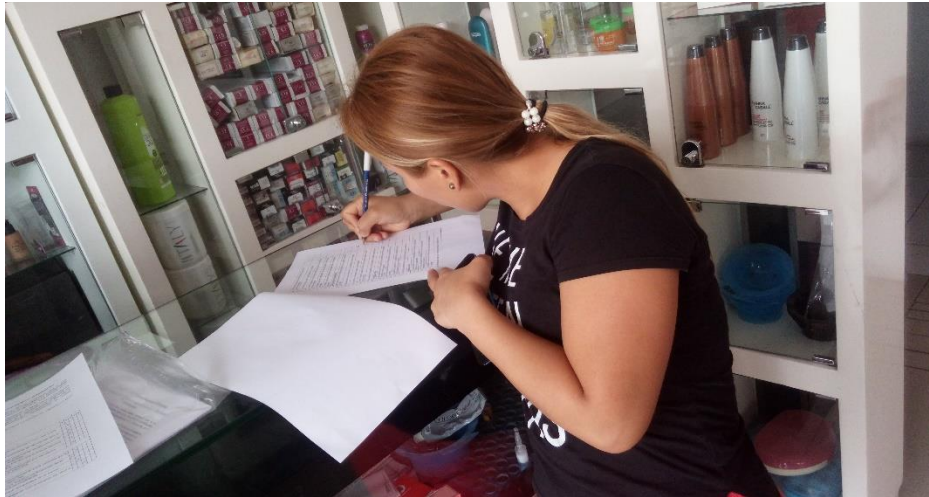
Anexo N° 13: Aplicación de Instrumentos 2018 -1



Anexo N° 14: Aplicación de Instrumentos 2018 -2



Anexo N° 15: Aplicación de Instrumentos 2018 -3



Anexo N° 16: Aplicación de Instrumentos 2018 -3

